

VU Research Portal

Initiatieven vanuit de Nederlandse voedingssector ter beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik (Initiatives of the Dutch food industry to reduce pesticide use)

van der Grijp, N.M.; de Boer, J.; den Hond, F.

2001

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

van der Grijp, N. M., de Boer, J., & den Hond, F. (2001). *Initiatieven vanuit de Nederlandse voedingssector ter beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik (Initiatives of the Dutch food industry to reduce pesticide use)*. (IVM Report; No. R-01/03). Instituut voor Milieuvraagstukken.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Initiatieven vanuit de Nederlandse voedingssector ter beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik

N.M. van der Grijp

J. de Boer

F. den Hond

R-01/03

Mei 2001

IVM

Instituut voor Milieuvraagstukken
Vrije Universiteit
De Boelelaan 1115
1081 HV Amsterdam

Tel. 020-4449 555

Fax. 020-4449 553

E-mail: secr@ivm.vu.nl

Copyright © 2001, Instituut voor Milieuvraagstukken

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de houder van het auteursrecht.

Inhoud

Samenvatting en beleidsaanbevelingen	iii
1. Vraagstelling en onderzoeksopzet	1
1.1 Inleiding	1
1.2 Vraagstelling	1
1.3 Onderzoeksopzet	2
1.4 Indeling van het rapport	3
2. De maatschappelijke context voor initiatieven ter beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik	5
2.1 Inleiding	5
2.2 Beleidsvoornemens van de overheid	6
2.3 Campagnes van maatschappelijke organisaties	8
2.4 Consument en burger	9
3. Resultaten enquête en diepte-interviews bij de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Karakterisering van de bedrijven in de onderzoeksgroep	11
3.3 Typering van bedrijfsinitiatieven	14
3.4 Redenen voor de ontwikkeling van bedrijfsinitiatieven	16
3.5 Knelpunten bij de ontwikkeling van bedrijfsinitiatieven	17
3.6 Ondersteuning vanuit de overheid	21
3.7 Toekomstperspectief	24
4. In discussie met de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie	27
4.1 Inleiding	27
4.2 Discussie aan de hand van stellingen	27
4.3 Conclusies	30
Aangehaalde literatuur	31
Appendix I. Vragenlijst schriftelijke enquête	33
A. Informatie over uw bedrijf en uzelf	33
D. Toekomstige initiatieven	38
F. Afsluiting	40
Appendix II. Vragenlijst diepte-interviews	41
Appendix III. Deelnemerslijst slotbijeenkomst	49

Samenvatting en beleidsaanbevelingen

In opdracht van het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) heeft het Instituut voor Milieuvraagstukken van de Vrije Universiteit (IVM) een onderzoek uitgevoerd naar de initiatieven die Nederlandse bedrijven uit de voedingssector nemen om het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij de primaire productie te verminderen. Het onderzoek had tot doel de factoren te identificeren die de bedrijven als belemmerend en stimulerend ervaren bij het ontwikkelen van deze initiatieven. In het verlengde hiervan werd beoogd om op basis van de bevindingen concrete suggesties te doen hoe de overheid een meer ondersteunende rol zou kunnen spelen door knelpunten weg te nemen en nieuwe activiteiten te ontwikkelen, zodat overheidsbeleid en marktbeleid beter op elkaar kunnen worden afgestemd.

Het onderzoek bestond uit vier fasen. In de eerste fase zijn bedrijven uit diverse sectoren in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie met een schriftelijke enquête benaderd. In de tweede fase is een tiental diepte-interviews gehouden met vertegenwoordigers van bedrijven, waarbij gedetailleerder is ingegaan op belemmerende en stimulerende factoren en mogelijke verbeteringen. De derde fase betrof een rondetafelgesprek met vertegenwoordigers van bedrijven, beleid en maatschappelijke organisaties. Het doel daarvan was ervaringen uit te wisselen en suggesties voor beleidsaanbevelingen te doen. In de vierde fase is het eindrapport opgesteld en zijn beleidsaanbevelingen geformuleerd.

In het onderzoek is een onderscheid gemaakt tussen initiatieven tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde dan wel biologische teelt. De redenen dat bedrijven dergelijke initiatieven nemen zijn veelal gerelateerd aan marktvraag, competitieve overwegingen en maatschappelijk verantwoord ondernemerschap. Opvallend is dat stimulerend overheidsbeleid niet of nauwelijks een rol speelt.

Uit de analyse op basis van de schriftelijke enquête en de serie diepte-interviews is gebleken dat het zinvol is om een onderscheid te maken tussen een aantal categorieën van bedrijven die met verschillende omstandigheden te maken hebben, namelijk:

- de gevestigde biologische specialisten (opgericht voor 1990);
- de conventionele bedrijven met een biologisch initiatief (initiatief vanaf 1990);
- de conventionele bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt (initiatief vanaf 1990).

Het onderzoek laat zien dat de meeste bedrijven knelpunten ervaren bij de ontwikkeling van hun initiatief. Relatief de meeste knelpunten doen zich voor bij de conventionele bedrijven met een biologisch initiatief. Toch hangen de gesignaleerde knelpunten niet alleen samen met het proces van omschakeling als zodanig, maar ook met de aard van het product en de positie van een bedrijf in de keten.

Voor de conventionele bedrijven met een biologisch initiatief zijn het te kleine aanbod en de te hoge prijzen, naast de afwijkende eigenschappen van het biologisch product, de meest genoemde knelpunten. Het te kleine aanbod hangt deels samen met de te geringe bereidheid van telers tot omschakeling, hetgeen voor hen een risicovolle beslissing kan zijn gezien de inkomstenderving in de omschakelingsperiode en de beperkte beschikbaarheid van conversiesubsidies.

De gevestigde biologische specialisten melden gevarieerde problemen die vaak samenhangen met het feit dat de marktomstandigheden behoorlijk zijn gewijzigd door de intrede van de conventionele voedingsmiddelenindustrie op deze markt. Hierdoor zijn specialisatie en voortdurende vernieuwing nodig.

De conventionele bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt zien dit vaak meer als een onderdeel van een continu verbetertraject dan als een werkelijke omschakeling. In samenhang daarmee worden door deze groep slechts in beperkte mate knelpunten ervaren. Bovendien sluiten deze initiatieven gedeeltelijk aan bij ontwikkelingen op het gebied van ketenbeheer en beheersing van de voedselveiligheid die de laatste jaren vanuit de markt een rol zijn gaan spelen. Toch is enige nuancering hier op zijn plaats, omdat slechts een beperkt aantal bedrijven een dergelijk initiatief tot geïntegreerde teelt heeft genomen en dit meestal grote bedrijven zijn met een vrij beperkt initiatief. Er lijkt dus wel een drempel te bestaan om tot de ontwikkeling van een dergelijk initiatief te besluiten.

Over de ondersteuning die de overheid thans geeft aan het bedrijven bij het ontwikkelen van initiatieven tot geïntegreerde of biologische teelt, lopen de meningen nogal uiteen. Sommige bedrijven hebben in dit verband echter benadrukt dat zij hun initiatieven op eigen kracht ontwikkelen en dat ze onafhankelijk van de overheid hun koers bepalen. Een minderheid van de bedrijven voelt zich gesteund door de brancheorganisaties. De verwachtingen bij de bedrijven blijken op dit gebied weinig concreet te zijn.

De meeste bedrijven vinden dat de overheid onvoldoende stimulansen geeft om producten van biologische of geïntegreerde teelt in de winkels te krijgen. De meerderheid vindt dat dit wel een taak van de overheid moet zijn, al geldt dit in mindere mate voor de bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt. Er is gewezen op de wenselijkheid van het stimuleren van marktwerking en het zoeken naar oplossingen voor de langere termijn.

De gevestigde biologische bedrijven vinden publieksvoorlichting van belang en een aantal maatregelen die het kostenverschil tussen biologische en gangbare teelt kunnen verkleinen. Tevens vinden zij een verhoging van de conversiesubsidies wenselijk, evenals meer voorlichting aan telers en aandacht voor een verdere professionalisering van de hele biologische keten.

De conventionele bedrijven met een biologisch initiatief zijn ook voorstanders van publieksvoorlichting, naast de voorlichting of educatie van telers, de verhoging van het plafond voor conversiesubsidies, en in mindere mate de verhoging van het subsidiebedrag. Ten behoeve van de initiatieven tot geïntegreerde teelt zou de overheid de ontwikkeling van eenduidige richtlijnen moeten bevorderen, liefst op Europees niveau.

De algemene teneur is dat de bedrijven veel belang hechten aan goede publieksvoorlichting door de overheid. Het is immers niet eenvoudig, ook niet voor grote bedrijven, om op een heldere manier uit te leggen wat de verschillende vormen van duurzame landbouw inhouden. Bovendien zou het voorlichtingsprobleem in de toekomst nog kunnen toenemen, wanneer het verschil in milieubelasting tussen geïntegreerde en biologische teelt zal afnemen. Verder vinden de bedrijven het wenselijk dat de overheid het onderzoek op het gebied van alternatieve teelten sterker ondersteunt.

Ten aanzien van de toekomst zijn de verwachtingen voor Nederland, zeker wat de geïntegreerde teelt betreft, tamelijk positief. Vanuit het bedrijfsleven denkt men dat de meeste telers in 2010 zijn omgeschakeld naar een duurzame vorm van landbouw. Of die omschakeling in 2005, al een feit is, zoals het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' beoogt is de vraag, omdat de consequenties voor de sector niet helemaal zijn te overzien en 5 jaar in de praktijk toch wel heel kort blijkt te zijn.

Er bestaan wel enige reserves ten aanzien van de toekomst van de biologische landbouw in Nederland. Indien de subsidies voor omschakeling inderdaad binnen twee jaar worden afgeschaft, zoals is aangekondigd in de beleidsnota 'Biologische landbouw', is de kans groot dat Nederland op biologisch gebied een achterblijver zal blijven binnen Europa. Verder is de binnenlandse vraag naar biologische producten minder sterk ontwikkeld dan in andere Europese landen. Dit heeft voor een deel te maken met de geringe bereidheid van de Nederlandse consument om een voldoende prijs te betalen. Op langere termijn is het voor het behoud van de sector van belang om het binnenlands gebruik te bevorderen. Dit zou kunnen gebeuren door een actievere opstelling van de laatste schakels in de productketens, met name de supermarkten, en daarnaast bijvoorbeeld ook via overheidsvoorlichting. Verder zou de monopoliepositie van de certificerende instantie SKAL in een aantal gevallen een belemmering zijn voor de ontwikkeling van biologische initiatieven. Dit heeft te maken met het feit dat SKAL niet geaccrediteerd is door IFOAM en bovendien de SKAL-regels geen ruimte laten voor EKO-plus certificatie.

Bij het onderzoek is duidelijk naar voren gekomen dat de initiatieven die Nederlandse bedrijven nemen, en met name het toekomstperspectief daarvan, niet los kunnen worden gezien van de internationale context. In dit verband valt te denken aan de eisen die buitenlandse afnemers stellen, het initiatief tot definiëring van een 'goede landbouwkundige praktijk' door de koepelorganisatie van Europese supermarktketens (EUREP) en aanstaande Europese regelgeving. Het Nederlandse beleid lijkt daar tot nu toe weinig aandacht aan te besteden. In de beleidsnota 'Biologische landbouw' en het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' worden de ontwikkelingen bij marktpartijen in het buitenland bijvoorbeeld niet genoemd.

Recent is op allerlei fronten de belangstelling toegenomen voor de problematiek van residuen van bestrijdingsmiddelen in voedingsmiddelen. Zo wordt er binnenkort een nieuwe Europese richtlijn van kracht die vereist dat er geen aantoonbare residuen meer in babyvoeding mogen worden aangetroffen en heeft Albert Heijn aangekondigd om binnen enkele jaren alleen nog residuvrije producten te willen verkopen. Tijdens de voorbereidingen voor het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' zijn de huidige grenswaarden voor residuen als uitgangspunt voor beleid aangehouden en is op dit punt geen aansluiting gezocht bij de initiatieven die door bedrijven in de voedingsmiddelenketen, met name de supermarktketens, en de Europese Commissie worden genomen.

Het is terugkijkend naar de periode van het Meerjarenplan Gewasbescherming (MJP-G) niet gebruikelijk geweest om de voedingsmiddelenindustrie bij het formuleren en voeren van bestrijdingsmiddelenbeleid te betrekken. Dit onderzoek is de aanleiding geweest dat voor het eerst beleidsmakers, vertegenwoordigers van bedrijven, en maatschappelijke organisaties met elkaar in contact zijn getreden en van gedachten hebben gewisseld. Het lijkt zeker zinvol om in de toekomst opnieuw een dergelijke bijeenkomst te organiseren, wellicht met een iets andere opzet.

Beleidsaanbevelingen

Uit de hierboven geformuleerde conclusies, vloeien de volgende aanbevelingen voor Nederlandse beleidsmakers voort:

1. In het Nederlandse beleid moet meer aansluiting zoeken bij internationale ontwikkelingen, zoals het initiatief van EUREP, en eisen die buitenlandse afnemers stellen. Op basis daarvan zou een beter onderbouwde beleidskeuze kunnen worden gemaakt over de gewenste koers voor de Nederlandse landbouw en de positionering ervan in termen van duurzaamheid.
2. Er is behoefte aan een duidelijk beleidskader voor geïntegreerde teelt op Europees niveau en waar nodig aangevuld met eenduidige richtlijnen op nationaal niveau.
3. Voor telers die willen omschakelen naar biologische teelt dient er een voorziening te bestaan om de gevolgen van de tijdelijke inkomstenderving te verzachten. Daarom zou het afbouwen van het systeem van omschakelingssubsidies moeten worden heroverwogen. Het verstrekken van subsidies zou aan bepaalde garanties kunnen worden verbonden, zoals afzetzekerheid.
4. De overheid moet nagaan of de monopoliepositie van SKAL niet teveel ongewenste effecten heeft op de ontwikkeling van de Nederlandse biologische sector.
5. Bij het opstellen van de beleidsnota voor de gewasbescherming voor de periode 2001-2010 moet de overheid rekening houden met de ontwikkelingen die zich momenteel voordoen bij het omgaan met residuen van bestrijdingsmiddelen. Men zou, zeker gezien de te verwachten toenemende marktvraag naar residuvrije producten, dit onderwerp expliciet moeten betrekken in de definiëring van het begrip geïntegreerde teelt. Een suggestie is bijvoorbeeld om een residuvrij product als vereiste in het pluspakket op te nemen.
6. De consument moet door de overheid op een evenwichtige manier worden voorgelicht over voedselkwaliteit en productieomstandigheden. Daarbij moet worden uitgelegd wat de kenmerken en de meerwaarde zijn van de diverse vormen van duurzame landbouw.
7. De overheid moet bij het voeren van bestrijdingsmiddelenbeleid meer de directe afstemming zoeken met de voedingsmiddelenindustrie en haar brancheorganisaties.

1. Vraagstelling en onderzoekopzet

1.1 Inleiding

De Nederlandse overheid voert samen met het landbouwbedrijfsleven al jaren beleid om het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest bij de primaire productie te verminderen. Dit beleid is tot dusver deels succesvol en deels minder succesvol geweest. De laatste jaren krijgt het streven naar schone en transparante productiewijzen en producten ook steeds meer directe impulsen vanuit de markt. Zo nemen bedrijven in de voedingsmiddelenindustrie en -detailhandel in toenemende mate initiatieven om een product-assortiment aan te bieden dat is gebaseerd op landbouwproducten afkomstig uit geïntegreerde of biologische teelt. Mede met het oog op het nieuwe beleidsplan over bestrijdingsmiddelengebruik in de landbouw, is het voor de overheid belangrijk om inzicht te hebben in de wensen en mogelijkheden van de markt.

In 1999 heeft het Instituut voor Milieuvraagstukken van de Vrije Universiteit (IVM) in opdracht van het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) geïnterviewd in hoeverre bedrijven in de Europese voedingsmiddelenindustrie en detailhandel de bedoelde initiatieven hebben genomen (van der Grijp en den Hond, 1999). Het belang van het ministerie bij dit onderzoek is het terugdringen van de milieubelasting door het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest. Uit de inventarisatie bleek dat Nederland wat betreft biologische initiatieven achter loopt in vergelijking met andere Europese landen, al leek daar wel verandering in te komen. Op het gebied van geïntegreerde teelt deed Nederland het heel aardig met initiatieven onder andere vanuit de landbouwsector, de voedingsmiddelenindustrie en de Stichting Milieukeur.

Naar aanleiding van de resultaten van de inventarisatiestudie heeft het Ministerie van VROM aan het IVM middelen beschikbaar gesteld voor vervolgonderzoek naar de specifieke situatie in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie en -detailhandel.

1.2 Vraagstelling

Zoals hierboven al is aangegeven, wordt in het onderzoek een onderscheid gemaakt tussen initiatieven tot een productaanbod gebaseerd op biologische teelt dan wel geïntegreerde teelt. De interpretatie van de begrippen 'biologische' en 'geïntegreerde' teelt blijkt in het spraakgebruik niet altijd eenduidig te zijn. In het onderzoek zijn de volgende omschrijvingen als uitgangspunt genomen.

Onder *biologische teelt* verstaan wij die landbouwmethoden waarbij geen gebruik wordt gemaakt van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen. Biologisch-dynamische landbouw, waarbij ook rekening wordt gehouden met kosmische invloeden, beschouwen wij als een bijzondere vorm van biologische landbouw. Biologische teelt wordt globaal gedefinieerd in Europese regelgeving. Deze is voor de Nederlandse situatie uitgewerkt door de controle- en certificerende organisatie SKAL.

Voor *geïntegreerde teelt* zijn er meerdere, uiteenlopende definities in gebruik. Er zijn tot nu toe geen minimumvereisten in de wet vastgelegd. Wat betreft bestrijdingsmiddelen-gebruik zijn de gemeenschappelijke elementen van systemen voor geïntegreerde teelt:

- registratie van bestrijdingsmiddelengebruik;
- het maken van een gewasbeschermingsplan;
- het gebruiken van bij voorkeur niet-chemische bestrijdingsmiddelen.

Bij geïntegreerde teelt gaat het veelal om een behoorlijke reductie van het gebruik van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen ten opzichte van gangbare teelt. Meestal zijn de desbetreffende eisen per landbouwproduct vastgelegd in richtlijnen of protocollen. In Nederland valt hierbij te denken aan de eisen die Certerra, voorheen de Stichting Milieubewuste Teelt, formuleert, en de eisen die de Stichting Milieukeur hanteert in het kader van de Agro Milieukeur, maar ook aan de richtlijnen van het voedingsmiddelenbedrijfsleven zelf.

Doel van het onderhavige onderzoek is inzicht te krijgen in de initiatieven van Nederlandse bedrijven en de factoren die de bedrijven als belemmerend en stimulerend ervaren bij het ontwikkelen ervan. Het gaat er daarbij met name om concrete suggesties te doen hoe de overheid een meer ondersteunende rol zou kunnen spelen door knelpunten weg te nemen en nieuwe activiteiten te ontwikkelen, zodat marktbeleid en overheidsbeleid beter op elkaar kunnen worden afgestemd.

De vraagstelling van het onderzoek luidt als volgt:

Welke kansen en knelpunten doen zich voor bij de initiatieven die door de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie en -detailhandel worden genomen om tot een vermindering van het bestrijdingsmiddelengebruik te komen?

Deelvragen zijn:

1. Welke kansen en knelpunten doen zich voor?
2. Welke factoren kunnen worden geïdentificeerd die de kansen en knelpunten verklaren?
3. Hoe zien de mogelijkheden tot verdere stimulering van Nederlandse milieugerichte keteninitiatieven eruit?
4. Welke aanbevelingen voor het Nederlandse overheidsbeleid vloeien hieruit voort?

1.3 Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestond uit vier fasen. In de *eerste fase* zijn bedrijven uit diverse sectoren in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie met een schriftelijke enquête benaderd. Bij de keuze van bedrijven is representativiteit niet het belangrijkste uitgangspunt geweest. Bedrijven waarvan ons bekend is dat zij initiatieven ontwikkelen om geïntegreerde of biologische teelt te stimuleren zijn zoveel mogelijk in de onderzoeksgroep opgenomen. Daartoe behoren ook bedrijven die zich volledig richten op biologische producten. Bij de keuze van bedrijven is gebruik gemaakt van de catalogus van de Roka Food Fair 2000 (de Nederlandse voedingsmiddelenvakbeurs), de website met exposanten op SIAL'98 (de mondiale voedingsmiddelenvakbeurs in Parijs), de ledenlijst van Stichting DuVo (Duurzame Voedingsmiddelenketen), de catalogus van Bio Fach en de deelnemerslijsten

van de congressen over biologische producten in de supermarkt, die door Aurelia! Consultancy in 1997, 1999 en 2000 zijn georganiseerd.

Aan de bedrijven is in de enquête gevraagd of zij activiteiten hebben ontwikkeld, of van plan zijn te ontwikkelen, om het bestrijdingsmiddelengebruik door toeleverende telers te verminderen. Indien daarop bevestigend is geantwoord is verder gevraagd over de doorslaggevende redenen om een initiatief te ontwikkelen en de eventuele knelpunten die men ervaart. Verder is ingegaan op de ondersteuning die de overheid geeft en hoe die idealiter eruit zou kunnen zien.

In de *tweede fase* is een tiental diepte-interviews gehouden met vertegenwoordigers van bedrijven die via de enquête hadden aangegeven daartoe bereid te zijn. In deze gesprekken is dieper ingegaan op belemmerende en stimulerende factoren en mogelijke verbeteringen. De *derde fase* betrof een rondetafelgesprek met vertegenwoordigers van bedrijven, beleid en maatschappelijke organisaties. Het doel daarvan was ervaringen uit te wisselen en beleidsaanbevelingen te formuleren die in overleg met de deelnemers eventueel zouden kunnen worden aangeboden aan de betrokken ministers of kamerfracties. In de *vierde fase* is het eindrapport opgesteld en een persbericht voorbereid. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 15 februari 2000 tot 31 januari 2001.

1.4 Indeling van het rapport

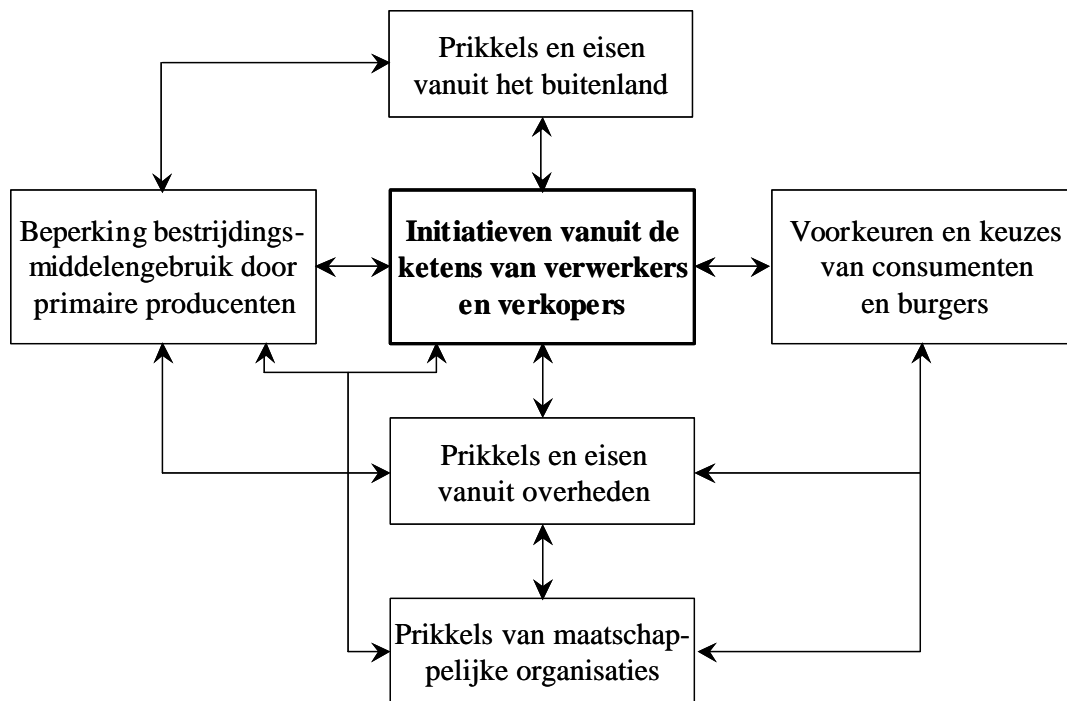
De verdere indeling van het rapport is als volgt. In hoofdstuk 2 wordt de maatschappelijke context beschreven voor initiatieven vanuit de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie waarmee een vermindering van het bestrijdingsmiddelengebruik in de primaire productie wordt beoogd. Het gaat hierbij om nieuwe beleidsvoornemens van overheden, campagnes van maatschappelijke organisaties en de opstelling van consument en burger. Hoofdstuk 3 bevat een geïntegreerde weergave van de resultaten van de schriftelijke enquête en de serie diepte-interviews bij bedrijven in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie. Achtereenvolgens wordt ingegaan op de aard van de initiatieven, de redenen voor het ontwikkelen ervan, de gesignaleerde knelpunten, de meningen over ondersteuning vanuit de overheid en de toekomstverwachtingen over biologische en geïntegreerde teelt. In hoofdstuk 4 wordt tot slot verslag gedaan van het rondetafelgesprek met vertegenwoordigers van bedrijven, beleid en maatschappelijke organisaties.

2. De maatschappelijke context voor initiatieven ter beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik

2.1 Inleiding

Dit onderzoek is erop gericht meer inzicht te krijgen in de kansen en de knelpunten voor initiatieven die door de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie en -detailhandel worden genomen om het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij de primaire productie te verminderen. De bedoelde initiatieven komen voort uit de ruimere mogelijkheden die de afgelopen jaren voor bedrijven zijn ontstaan om zich met een ecologisch verantwoorde bedrijfsvoering in de markt te onderscheiden. Dit hangt samen met de globalisering van economie, regelgeving en cultuur, die na de periode van de Koude Oorlog nieuwe impulsen heeft gekregen. Als gevolg hiervan vertoont de voedingsmiddelensector een omslag van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde markt. Met name de opkomst van de grote supermarktketens speelt bij deze omslag een belangrijke rol.

Het zou te ver voeren om in dit rapport op deze ontwikkelingen in te gaan; wel wordt in de volgende paragrafen een korte toelichting gegeven op de directe context die relevant is voor de kansen en de knelpunten die zich voordoen bij de initiatieven van Nederlandse bedrijven. Dit betreft nieuwe beleidsvoornemens van overheden, campagnes van maatschappelijke organisaties, en de opstelling van consument en burger (zie figuur 2.1).



Figuur 2.1 Schematische weergave van de context van initiatieven tot het beperken van het bestrijdingsmiddelengebruik door primaire producenten.

2.2 Beleidsvoornemens van de overheid

De veranderingen die zich op het gebied van landbouw en voedingsmiddelen voordoen, hebben ook hun neerslag gekregen in het voorgenomen beleid van de Nederlandse overheid. In deze paragraaf worden de kernpunten uit de nota 'Voedsel en groen', de beleidsnota 'Biologische landbouw' en het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' achtereenvolgens beschreven.

Nota Voedsel en groen

In juli 2000 heeft het ministerie van LNV een overkoepelende nota uitgebracht die een toekomstperspectief beoogt te bieden aan de Nederlandse agrosector tot aan 2010 (Ministerie van LNV, 2000). De nota vormt een bouwsteen voor de 5e Nota Ruimtelijke Ordening, het 2e Structuurschema Groene Ruimte en het 4e Nationaal Milieubeleidsplan. De kern van deze nota 'Voedsel en groen' wordt gevormd door de omslag in denken over de agrarische sector: het gaat niet uitsluitend om de primaire landbouw, maar over de hele keten van consument tot primaire sector. Volgens de nota kenmerkt de ideale keten zich door maatschappelijk verantwoord ondernemerschap, een hoog kennisniveau, innovatieve kracht en behoort deze daarmee tot de top van de wereldmarkt. Een vraaggerichte benadering staat centraal: de wensen van burgers en consumenten sturen de ketens aan.

In de nota wordt gesteld dat de consument van de overheid onverkort garanties vraagt voor de kwaliteit van voedingsmiddelen en dat hiermee de vraag naar herkenning, herkomst en oorsprong van voedingsmiddelen toeneemt. De begrippen transparantie en traceerbaarheid staan hiermee prominent op de maatschappelijke agenda. In dit verband wordt er een toenemend belang gehecht aan ketencontrolesystemen en certificering van landbouwbedrijven. Aan bedrijven die hier aan meewerken worden gunstige fiscale regelingen en subsidies in het vooruitzicht gesteld.

In een bijlage bij de nota wordt het gewenste toekomstperspectief voor het jaar 2010 geschetst. Over de voedingsmiddelenindustrie wordt het volgende opgemerkt: "Net als nu is er een rijke schakering van bedrijven, variërend van zeer grote, wereldwijd opererende multinationals tot kleine ambachtelijke bedrijven. De bedrijven hebben volledig zich op de kwaliteit en de herkomst van hun grondstoffen en halffabrikaten uit binnen- en buitenland. Op hun beurt bieden zij diezelfde transparantie en zekerheid aan hun afnemers, aan de consument en aan de overheid, mede op basis van ketengarantiestelsels".

Beleidsnota Biologische landbouw 2001-2004

De beleidsnota 'Biologische landbouw 2001-2004: Een biologische markt te winnen' (Ministerie van LNV, 2000) is de eerste deelnota van de kadernota 'Voedsel en groen'. Evenals in deze overkoepelende nota, vormt een vraaggerichte benadering de spil van de beleidsnota 'Biologische Landbouw', die op 19 september 2000 is uitgebracht. Voor de overheid vormt de combinatie van marktperspectieven enerzijds en de voortrekkersrol van de biologische sector op het gebied van maatschappelijk verantwoord en vernieuwend ondernemerschap anderzijds, een rechtvaardiging om een tijdelijke extra impuls te geven aan de biologische sector. De nadruk ligt daarbij op het in gang zetten van de samenwerking tussen marktpartijen. De partijen zullen echter het werk op eigen kracht moeten afmaken.

Volgens de nota zou het Nederland sieren als in 2010 tien procent van het areaal biologisch is, als de Nederlandse consument dan bij de top van de Europese gebruikers van biologische producten behoort, en de voedingsmiddelenindustrie beschikt over een aantal sterke biologische merken. In de nota worden vier speerpunten onderscheiden:

1. Traject professionaliseren vraaggerichte ketens;
2. Optimale transparantie en sluiten van ketens;
3. Kennisontwikkeling en –verspreiding;
4. Stimuleren van de biologische primaire productie.

Op de punten 1 en 4 wordt hier iets nader ingegaan. Het professionaliseren van vraaggerichte ketens moet resulteren in sterkere ketens met een groter aanbod van en een breder assortiment aan biologische producten tegen lagere kosten en met voldoende perspectief voor de primaire producenten om tot omschakeling naar de biologische productiemethode te besluiten. Daartoe wil het ministerie van LNV een raamconvenant sluiten met marktpartijen en maatschappelijke organisaties, dat vervolgens voor de verschillende ketens in concrete doelstellingen en bindende afspraken wordt uitgewerkt.

Wat betreft het stimuleren van de biologische primaire productie is de overheid van mening dat het direct stimuleren van het aanbod van biologische producten niet de geëigende weg is voor de toekomst. Goede marktperspectieven moeten de basis zijn waarop ondernemers besluiten om te schakelen naar biologisch. Daarom wordt de regeling voor omschakelingsubsidies afgebouwd; zij zal in 2002 voor de laatste maal worden opgesteld. De nadelige effecten hiervan worden gedeeltelijk gecompenseerd door generieke maatregelen als het Belastingplan 2001 (verlaging belasting op factor arbeid), de bestaande en nieuwe fiscale instrumenten ter ondersteuning van duurzame ontwikkeling (VAMIL, EIA, MIA, DOA), het openstellen middels arbeidspools van niet bedrijfsgebonden arbeidsinzet voor biologische landbouw, en de voorgenomen verlaging van de BTW op biologische producten tot het nultarief.

Voor het onderzoek ten behoeve van de biologische landbouw heeft de minister van LNV heeft voor de duur van 4 jaar een programmeringscommissie ingesteld (Platform Biologica, 2000). De commissie heeft als opdracht de benodigde kennisontwikkeling volgens de door Platform Biologica en Wageningen Universiteit bepaalde onderzoeksagenda op hoofdlijnen te sturen en de beschikbare financiële middelen van 15 miljoen gulden op jaarbasis te prioriteren. De onderzoeksagenda voor de periode 2000-2004 bestaat uit 12 prioritaire onderzoeksthema's, waaronder drie die handel en verwerking betreffen, namelijk markt- en consumentenonderzoek, ketenstrategie en ketenstructuur.

Visiedocument Zicht op gezonde teelt

Het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt: schets van een nieuw gewasbeschermingsbeleid met oog voor consument en burger' is opgesteld door de Stuurgroep Gewasbescherming na 2000 (Stuurgroep Gewasbescherming na 2000, 2000). In deze stuurgroep hebben vertegenwoordigers van de ministeries van LNV, VROM, V&W, SZW en VWS zitting. Het visiedocument bevat de hoofdlijnen voor het gewasbeschermingsbeleid voor de periode 2001-2010. De regering zal in 2001 een verder uitgewerkte versie van het document als beleidsnota aan de Tweede Kamer aanbieden. 'Zicht op gezonde teelt' is bedoeld als opvolger is van het Meerjarenplan Gewasbescherming (MJP-G) dat in 2000 af-

liep. Het MJP-G had als doel het verregaand terugdringen van de structurele afhankelijkheid van chemische bestrijdingsmiddelen, maar heeft in de praktijk niet tot de verwachte omslag geleid.

Een andere aanpak van het gewasbeschermingsbeleid wordt daarom noodzakelijk geacht. Centraal in het voorgestelde beleid staat een 'gezonde teelt', waarbij gewasbescherming een onderdeel is van geïntegreerde plantenteelt die recht doet aan de wensen van de burger ten aanzien van een gezonde leefomgeving en de wensen van de consument ten aanzien van gezonde voeding. Kernbegrippen in het nieuwe beleid zijn zichtbaarheid, transparantie en toetsbaarheid van de kwaliteit van de producten en van de bedrijfsvoering.

Certificering is het centrale instrument in 'Zicht op gezonde teelt'. Hiermee wil de overheid de normen voor de landbouwkundige praktijk inhoud geven en handhaven. De hoofdrichting van het nieuwe beleid is dan ook samen te vatten als 'geïntegreerde teelt op gecertificeerde bedrijven uiterlijk in 2005'.

In het nieuwe beleid wordt onderscheid gemaakt tussen koplopers (inclusief biologische boeren), het peloton en achterblijvers. Het streven is dat verreweg de meeste bedrijven (het 'peloton') in 2005 de door de overheid gestelde normen volgens het zogenaamde basispakket zullen halen en dat in 2010 alle bedrijven minstens voldoen aan de eisen van een aangescherpt basispakket, hetgeen neerkomt op het niveau van de huidige geïntegreerde teelt. Daarnaast worden koplopers onderscheiden die innovatief zijn en nog betere prestaties leveren. De verwachting is dat er een forse milieuwinst kan worden gerealiseerd: het verschil tussen een huidig gangbaar bedrijf en een bedrijf met geïntegreerde teelt kan oplopen tot 90% minder milieubelasting.

Over de invulling van het benodigde instrumentarium bestaan vooralsnog alleen eerste ideeën over de hoofdlijnen. De normen voor certificering moeten nog worden ingevuld en er moeten kwantitatieve doelen en een tijdpad daarvoor worden afgesproken. Momenteel worden 'pilots' uitgevoerd op 100 landbouwbedrijven aan de hand van voorbeeld-certificatieschema's die uit de volgende onderdelen bestaan:

- een pakket van verplichte en vrijwillige maatregelen, zoals registratie van gebruikte middelen, de wijze van emissiebeperking en de manier waarop ziekten en plagen worden voorkomen;
- een milieukengetal om het middelengebruik per bedrijf inzichtelijk te maken, en
- een gewasbeschermingsplan met doelstellingen voor het komende teeltseizoen en een terugblik op het voorbije seizoen.

De incentives om gewenst gedrag te belonen en ongewenst gedrag te belasten moeten ook nog worden gepreciseerd. Hierbij wordt onder meer gedacht aan financiële prikkels, de relatie met de toelating van bestrijdingsmiddelen en ontwikkeling en verspreiding van kennis over geïntegreerde teeltmethoden.

2.3 Campagnes van maatschappelijke organisaties

Sinds vele jaren voeren maatschappelijke organisaties actie ter vermindering van het bestrijdingsmiddelengebruik in de landbouw. Recent is daarbij de aandacht intensief gericht op het stimuleren van de biologische landbouw en het beïnvloeden van de voe-

dingsmiddelenindustrie en de supermarktketens. Zo organiseren Milieudefensie en Greenpeace sinds 1998 jaarlijks de zogenaamde EKO-inspectie, waarbij in filialen van supermarktketens het aantal producten met het EKO-keurmerk worden geteld. In het onderzoeksverslag over de telling in 2000 constateren de beide organisaties dat er bij een aantal Nederlandse supermarkten een groei in het aanbod van biologische producten valt te bespeuren, maar dat zij nog wel flink achterlopen in vergelijking met buitenlandse supermarktketens. (Milieudefensie en Greenpeace, 2000).

Voor Milieudefensie vormt de EKO-inspectie een onderdeel van de campagne 'Eten zonder bijmaak' die begin juli 2000 van start is gegaan (<http://www.milieudefensie.nl>, 7/11/00). Het doel van deze campagne is een doorbraak te bewerkstelligen voor biologische producten. In eerste instantie heeft Milieudefensie de fabrikanten van A-merken benaderd met het verzoek om voor 1 september 2002 een biologische productaanbod te ontwikkelen. Milieudefensie is nu met een aantal van deze bedrijven in gesprek over de toekomstige mogelijkheden. In latere instantie zullen ook andere afzetkanalen voor voedingsmiddelen aandacht krijgen, zoals supermarkten, kantines en restaurants.

Het beleid inzake residuen van bestrijdingsmiddelen op voedingsmiddelen valt onder de verantwoordelijkheid van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). In het kader van de op dit terrein bestaande regelgeving voert de Keuringsdienst van Waren productcontroles uit. In haar jaarverslag over 1999 concludeert de dienst dat 2,4% van de producten van Nederlandse herkomst teveel residuen bevat tegen 18,5% van de producten uit andere Europese Landen (Keuringsdienst van Waren, 2000). In het afgelopen jaar hebben de Consumentenbond, als onderdeel van haar campagne 'Zuivere voeding', en de Stichting Natuur en Milieu gepleit voor een verscherping van de regelgeving die betrekking heeft op de toegestane residuen van bepaalde bestrijdingsmiddelen met een neurotoxische werking, vooral met het oog op de gezondheid van kinderen. Dit pleidooi heeft nog niet tot concrete beleidsvoornemens geleid.

2.4 Consument en burger

Het beleid van bedrijven en overheden is de afgelopen jaren in toenemende mate beïnvloed door de signalen die zij van consumenten en burgers krijgen. De signalen betreffen onderwerpen als voedselveiligheid, gezondheid, milieu, dierenwelzijn, en de geringe transparantie van de voedingsmiddelenketen. In relatie met de beperking van het bestrijdingsmiddelengebruik zijn deze signalen op diverse manieren van belang. Ze verwijzen naar verschuivende consumentenvoorkeuren en naar kenmerken van de voedingsmiddelenketen die sociaal-cultureel gezien een gevoelige betekenis hebben gekregen.

Uit onderzoek blijkt dat veel Nederlanders een voorkeur hebben voor gezond voedsel dat op duurzame wijze is geproduceerd (de Kuijer en Wielenga, 1999; Poortinga, Dekker, en van Male, 2000). Deze voorkeur is vaak echter niet zo sterk ontwikkeld dat er in de winkel automatisch een keuze voor het meest milieuvriendelijke product wordt gemaakt. Voor zover consumenten een 'groene' voorkeur hebben, zijn er bij nadere beschouwing verschillende schakeringen te onderscheiden. Sommigen hebben een voorkeur voor 'economisch groen' in die zin dat ze een milieuvriendelijk product kiezen als dat ook voordeliger is, terwijl anderen zich 'ethisch groen' opstellen waarbij ze het vanzelfsprekend vinden dat ze voor een moreel zuiver geproduceerd product juist meer moeten beta-

len. Hoewel ethiek soms samengaat met soberheid, is een andere variant te kenschetsen als 'hedonistisch groen', waarbij de waarden 'plezier' en 'puur natuur' worden gecombineerd. Het proces van individualisering dat in deze voorkeuren tot uiting komt, biedt bedrijven mogelijkheden om er met specifieke combinaties van productkwaliteiten op in te spelen.

Bij de schakeringen in de voorkeuren van consumenten is van belang dat 'gezondheid' en 'duurzaamheid' begrippen zijn die verschillend kunnen worden opgevat en dat voedsel vanouds verbonden is met tegenstrijdige emoties en ideeën. Een steeds weer terugkerend thema betreft de vraag wat 'natuurlijk' is en wat 'kunstmatig' en welke van die twee in een bepaald geval het beste is. Recent is uit onderzoek in Engeland gebleken dat consumenten enerzijds van mening zijn dat het gebruik van bestrijdingsmiddelen risico's oplevert voor de gezondheid op langere termijn (in het bijzonder bij kwetsbare groepen) en ook nadelig is voor het welzijn van dieren en het evenwicht in de natuur, maar dat ze anderzijds menen dat het gebruik van deze middelen voordelen biedt in de vorm van een hogere productie van kwalitatief goed en betaalbaar voedsel (Miles en Frewer, 2001). Consumenten die deze tegenstelling onderkennen, zullen óf een principiële keuze moeten maken óf een compromis moeten zoeken om hun tegenstrijdige emoties en ideeën op bevredigende wijze te beheersen. Dat sommigen een wat wankel compromis hebben gevonden, blijkt uit de schrikreacties die bij voedselschandalen optreden.

Gegeven de schakeringen van consumentenvoorkeuren en de punten waarop ze gevoelig reageren, kunnen producenten en detailhandelaren verschillende strategieën kiezen om het vertrouwen van consumenten te behouden of te winnen. Een voor de hand liggende mogelijkheid is de strategie om zoveel mogelijk te voorkomen dat een product tegenstrijdige emoties of ideeën oproept. Dit kan bijvoorbeeld door een algehele ban op het gebruik van bepaalde methodes in te stellen of door een zorgvuldige aanduiding van de relevante productkenmerken. Andere strategieën houden in dat tegenstrijdigheden worden verzacht, verhuld of overdekt. Verzachtende en verhullende strategieën worden tot op zekere hoogte door de consument geaccepteerd, zoals bij het bekende voorbeeld van de slaggers die hun ambachtelijkheid als kwaliteitskenmerk hanteren, maar tevens proberen hun klanten niet te confronteren met de bloederige praktijk van het slachten. Waar het om cruciale productkenmerken gaat, zijn verhullende en overdekkende strategieën evenwel strijdig met de bij consument en burger toenemende wens om de voedingsmiddelenketen transparanter te maken en mogelijkheden voor een ethische toetsing te creëren (Browne, Harris, Hofny-Collins et al., 2000).

In deze context kan gesteld worden dat bedrijven die zich op biologisch geteelde producten richten, een strategie volgen die de tegenstrijdige emoties en ideeën over het bestrijdingsmiddelengebruik voorkomt, zij het dat er een hogere prijs aan verbonden is. Voor bedrijven die zich op producten van geïntegreerde teelt richten, ligt dit genuanceerder; de mate waarin ze de tegenstrijdige emoties en ideeën over het bestrijdingsmiddelengebruik kunnen vermijden hangt mede af van de manier waarop ze zich, in de ogen van de consument, van de conventionele teelt weten te onderscheiden. Beide strategieën sluiten wel aan bij de wens van consument en burger om de voedingsmiddelenketen transparant en toetsbaar te maken. Welke kansen en knelpunten (of andere tegenstrijdigheden) deze strategieën in de praktijk opleveren, zal blijken uit de ervaringen van de bedrijven.

3. Resultaten enquête en diepte-interviews bij de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie

3.1 Inleiding

De eerste fase van het onderzoek bestond uit een schriftelijke enquête onder toonaangevende bedrijven in de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie. De daartoe geselecteerde bedrijven, 83 in getal, zijn in mei 2000 benaderd met de vragenlijst die in bijlage 1 is opgenomen. Bij sommige bedrijven zijn meerdere personen benaderd, waardoor het totaal aantal verzonden enquêtes 90 bedraagt. Bedrijven in de AGF-sector waren relatief sterk vertegenwoordigd in de groep van geselecteerde bedrijven, gezien de relevantie van deze sector in relatie tot het bestrijdingsmiddelengebruik. Bovendien zijn vrijwel alle in Nederland actief zijnde supermarktketens benaderd.

Aan de bedrijven is gevraagd of zij initiatieven hebben ontwikkeld, of van plan zijn te ontwikkelen, om het bestrijdingsmiddelengebruik door de hen toeleverende telers te verminderen. Voorts is hun gevraagd naar de factoren die belemmerend en stimulerend werken bij het ontwikkelen van de bedoelde initiatieven. Daarbij is vooral aandacht besteed aan de rol van de Nederlandse overheid. Er is met name ingegaan op de vraag of de bedrijven zich gesteund voelen door het beleid van de Nederlandse overheid en hoe zij zich die steun idealiter voorstellen.

De tweede fase betrof 10 diepte-interviews die in september 2000 zijn gehouden met vertegenwoordigers van bedrijven die via de enquête hadden aangegeven daartoe bereid te zijn. In deze gesprekken is dieper ingegaan op belemmerende en stimulerende factoren en mogelijke verbeteringen (zie de vragenlijst in bijlage 2). Hierbij zijn de belangrijkste uitkomsten van de enquête teruggekoppeld naar de bedrijven om hun commentaar te vernemen.

In de volgende paragrafen worden de resultaten van de enquêtes en de interviews geïntegreerd weergegeven. Na een korte karakterisering van de bedrijven wordt achtereenvolgens ingegaan op de aard van de initiatieven, de redenen voor het ontwikkelen ervan, de gesignaleerde knelpunten, de meningen over ondersteuning vanuit de overheid en de toekomstverwachtingen over biologische en geïntegreerde teelt.

3.2 Karakterisering van de bedrijven in de onderzoeksgroep

De gekozen selectiewijze (zie paragraaf 1.3) heeft geresulteerd in een onderzoeksgroep met 27 bedrijven die uiteenlopen van multinationals en internationaal opererende handelshuizen tot kleine bedrijven met een gespecialiseerd biologisch productaanbod. Het merendeel heeft een middelgrote (10-100 miljoen gulden) of een grote omzet (>100 miljoen gulden) en telt meer dan 50 medewerkers. Afhankelijk van hun aard en grootte staan de bedrijven bloot aan de invloed van binnenlandse en buitenlandse markten en hebben ze zelf verschillende mogelijkheden om hun toeleveranciers te beïnvloeden.

De respons is als volgt te specificeren. Van de 90 aan 83 bedrijven verstuurdde enquêtes zijn er 28 vanuit 27 bedrijven geretourneerd. Door één bedrijf zijn twee enquêtes terug-

gestuurd; deze zijn waar dat relevant was beide verwerkt (het betrof een groot conventioneel bedrijf in de AGF-sector). Tabel 3.1 geeft een indicatie van de respons per sector. Het gaat hier alleen om een indicatie omdat de beoordeling is gemaakt op basis van informatie uit verschillende bronnen over de hoofdactiviteit van de bedrijven. De respons was opvallend hoog onder de bedrijven die gespecialiseerd zijn in een biologisch productaanbod. Opvallend is ook dat de respons van de benaderde supermarkten achterblijft bij die in andere sectoren. Hiervoor is geen duidelijke reden aan te wijzen.

Tabel 3.1 Respons op de enquête per sector.

Sector	Verzonden enquêtes (n=90)	Ontvangen enquêtes (n=28)
AGF	40	14
Zuivelproducten	7	2
Granen en deegwaren	6	2
Brood en banket	6	1
Babyvoeding	4	1
Supermarkt	15	2
Horeca en catering	4	2
Overig	8	4

In tabel 3.2 wordt een nadere specificatie gegeven van de productcategorieën waarin de 27 bedrijven volgens eigen opgave actief zijn. Hierbij is ernaar gestreefd een zo volledig mogelijk overzicht te bieden, zodat een bedrijf meer dan één productcategorie kon aangeven.

Tabel 3.2 Nadere specificatie van de productcategorieën waarin de deelnemende bedrijven actief zijn (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Productcategorie	Aantal bedrijven (n=27)
AGF onbewerkt:	-
- aardappelen	8
- groente	10
- fruit	11
AGF bewerkt:	-
- aardappelen	8
- groente	11
- fruit	12
Zuivelproducten	8
Granen en deegwaren	8
Brood en banket	5
Overig	6

Wanneer wordt gekeken naar de schakels die de bedrijven in de productieketen innemen, blijkt dat het zwaartepunt in de onderzoeksgroep ligt bij de productie van eindproducten en de handel. Tabel 3.3 geeft hiervan een overzicht.

Tabel 3.3 Schakels in de productieketen waartoe de deelnemende bedrijven behoren (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Schakel in de productieketen	Aantal bedrijven (n=27)
Primaire productie	4
Producent van halfproducten	8
Producent van eindproducten	16
Groothandel	10
Import/export	3
Detailhandel	2
Horeca en catering	2

Aan de bedrijven is gevraagd in hoeverre zij hun grondstoffen en (half) producten uit import betrekken en in hoeverre zij de eigen productie exporteren. Zoals in tabel 3.4 is weergegeven, betrekken de meeste bedrijven (14 van 22) 50% of meer van hun grondstoffen en (half) producten uit Nederland. Dit geeft een indicatie van de mate waarin de Nederlandse teler betrokken is in de productieketen van de desbetreffende bedrijven. Uit de exportpercentages blijkt dat de meeste bedrijven weliswaar voor de Nederlandse markt produceren, maar dat voor een aantal van hen (8 van de 23) export de belangrijkste inkomstenbron is. Zij hebben dus ook te maken met eisen die in het buitenland worden gesteld, waarbij onder andere naar Engelse, Belgische en Duitse supermarkten wordt verwezen.

Tabel 3.4 Relatief aandeel van geïmporteerde grondstoffen en (half) producten en geëxporteerde (half) producten.

Relatief aandeel	Import van grondstoffen en (half) producten (n=27)	Export van (half) producten (n=27)
< 25%	9	8
25-50%	5	6
50-75%	3	7
>75%	5	1
Geen antwoord	5	4

De meeste bedrijven (18 van de 27) staan in direct contact met toeleverende telers en maken afspraken met hen. Dit gebeurt vaak op basis van seizoencontracten in een kader van meerjarige relaties, waarbij inkopers en teeltbegeleiders een belangrijke rol spelen. De contracten betreffen punten als gewas, ras, kwantum, leverperiode, prijs, kwaliteit, en teeltwijze. Als er telers gezocht moeten worden voor het telen van nieuwe gewassen, zijn de inkopers en teeltbegeleiders degenen die de contacten leggen. Sommige bedrijven hebben een coöperatieve structuur met afnameplicht van de coöperatie en leverplicht van de aangesloten telers. Die bepalen als zelfstandig ondernemer welke gewassen ze lucratief vinden en aan welke eisen ze willen voldoen. Er zijn ook bedrijven met contacten in het buitenland, waarbij soms wordt gesteld dat de desbetreffende buitenlandse telers al wat verder zijn dan die in Nederland door een meer klantgerichte mentaliteit. Hoewel er dus enige kritiek is op de mentaliteit van de Nederlandse telers, bestaat bij de bedrijven ook begrip voor de druk waaronder ze moeten produceren.

Vaak betrekken bedrijven daarnaast landbouwproducten uit andere bronnen, zoals via coöperaties, handelaren en verwerkers. Tabel 3.5 biedt een overzicht van de verschillende toeleveringswijzen die bedrijven gebruiken.

Tabel 3.5 Wijzen van toelevering door telers aan bedrijven (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Toeleveringswijze	Aantal bedrijven (n=27)
Direct door telers	18
Via een handelaar	14
Via een coöperatie	11
Via verwerkers	2
Via veilingen	1

3.3 Typering van bedrijfsinitiatieven

Op één na hebben alle 27 bedrijven die de vragenlijst retourneerden, een initiatief ontwikkeld ter vermindering van het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest door de hen toeleverende telers. Het betreft in 22 gevallen een initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische teelt en in 10 gevallen een initiatief gebaseerd op geïntegreerde teelt (zie enkele voorbeelden in kader 1). Zes bedrijven hebben beide typen initiatieven ontwikkeld. Op de vraag welke twee bedrijven in de sector men beschouwt als koplopers ten aanzien van de bedoelde initiatieven, is Albert Heijn het meest genoemd; zeven bedrijven zagen zichzelf als koploper.

Bij 10 van de 22 bedrijven met een biologisch initiatief gaat het om gespecialiseerde bedrijven die zich volledig hebben toegelegd op een biologisch productaanbod. Het gaat om 8 zelfstandige bedrijven die in de periode tussen 1977 en 1990 zijn opgezet (pioniers in de biologische sector) en 2 dochterbedrijven van een grote conventionele onderneming die heel recent zijn opgericht. De 12 andere bedrijven zijn conventionele bedrijven waarbij het aandeel van de biologische producten in de totale omzet minder dan 25% bedraagt en het initiatief veelal een beperkt deel van het assortiment betreft. Mede op basis van andere gegevens is globaal een onderscheid te maken tussen:

- De al voor 1990 bestaande biologische specialisten die vaak begonnen zijn als leverancier van natuurvoedingswinkels en die nu ook aan de binnenlandse en/of buitenlandse conventionele markt leveren.
- De na 1990 opgerichte biologische specialisten die een dochteronderneming van een conventioneel bedrijf vormen.
- De conventionele bedrijven die vanaf 1990 of later, uit eigen initiatief en vaak onder eigen naam een biologisch product op de markt brengen, soms ondergebracht in een speciale divisie.
- De conventionele bedrijven die vanaf 1990 of later, op verzoek van een afnemer en onder diens naam, een zeer klein deel van hun productiecapaciteit aan een biologisch product besteden, maar die hier zelf (nog) geen markt voor zien.

Kader 1 Enkele voorbeelden van initiatieven

Albert Heijn wordt vaak genoemd als koploper van een productaanbod op basis van geïntegreerde en biologische teelt. Onder de naam 'Aarde&Waarde' startte het bedrijf in 1990 met het controleren van de teelt van groente en fruit. Dit gebeurt op basis van afspraken met telers over het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest, ondersteund met een registratiesysteem. Controle tijdens en na het telen is nu in handen van onafhankelijke bureaus. Daarnaast zijn sinds 1998 producten verkrijgbaar onder het merk 'AH Biologisch', voorzien van het EKO-keurmerk. De beslissing om de eigen merknaam aan het biologisch assortiment te verbinden was bedoeld om aan zowel klanten als toeleveranciers een sterke 'commitment' te tonen. Het assortiment wordt zoveel mogelijk afgenomen van (conventionele) leveranciers waarmee langdurige relaties bestaan; de marketingstrategie is niet gericht op de sobere 'groene' consument, maar op de doorsnee klant die een plezierig en smakelijk product wenst.

In de AGF-sector zijn Groentehof en The Greenery voorbeelden van conventionele bedrijven met initiatieven tot geïntegreerde teelt. Groentehof (producent van verpakte groenten) is in 2000 gestart met een initiatief waarbij, in overleg met de toeleverende telers, de komende tijd 85% van de grondstof onder het Agro Milieukeurmerk (AMK) wordt gebracht. Het bedrijf verwacht hiermee de concurrentie in de markt voor te zijn.

Bij The Greenery nemen veel van de aangesloten groente- en fruittelers deel aan MBT, AMK, HACCP of ISO. Dit verschilt echter nogal per sector. Voor de leden van deze coöperatie is een eigen BedrijfsZorgSysteem (BZS) opgezet om het aantal telers dat momenteel nog nergens officieel aan voldoet, te verkleinen en een registratie te creëren waar deze telers aan mee kunnen werken. Omdat het BZS louter is bedoeld als kwaliteitsgarantie voor de supermarkten wordt er geen gebruik gemaakt van een keurmerk of een vergelijkbare aanduiding op de verpakking. The Greenery is ook bezig met het ontwikkelen van een biologisch initiatief.

Buiten de AGF-sector zijn Bolletje BV en Numico voorbeelden van bedrijven die initiatieven tot geïntegreerde teelt hebben genomen. Bolletje BV brengt onder eigen naam een drietal koeken op de markt met de aanduiding 'granen uit gecontroleerde teelt' en wil hiermee voorloper in de markt zijn. Bij de productie is een meelleverancier betrokken die het graan uit Duitsland haalt en sinds kort ook uit Nederland; door het ontbreken van EU-richtlijnen zijn de richtlijnen van de toeleverancier en van Duitse deelstaten gevolgd. De claim van gecontroleerde teelt is niet voor het hele assortiment waar te maken, vanwege de afhankelijkheid van oogstomstandigheden en bulkleveranties.

Voor Numico gaat het primair om de gedachte dat residuen van bestrijdingsmiddelen niet in babyvoeding thuis horen; aan het gewenste niveau van voedselveiligheid is niet te voldoen door producten van de gangbare teelt te betrekken. Daarom wordt gewerkt met contractteelt waarbij groente en fruit van eigen telers wordt afgenomen. Er is voor eigen richtlijnen gekozen in verband met de verschillen in wetgeving tussen de landen waar de babyvoeding wordt afgezet.

De 10 bedrijven die een initiatief hebben ontwikkeld dat is gericht op een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt, zijn hiermee alle in de jaren 90 begonnen. Bij hen is een onderscheid te maken tussen:

- De conventionele bedrijven die een beperkt deel van hun assortiment in een bepaalde voedingsmiddelensector op geïntegreerde teelt baseren.
- De conventionele bedrijven die (vrijwel) hun hele assortiment in een bepaalde voedingsmiddelensector op geïntegreerde teelt baseren.

Voor de meeste van de 10 bedrijven geldt dat het initiatief slechts een beperkt deel van het assortiment betreft en daarmee samenhangend ook een aandeel van minder dan 25% in de totale bedrijfsomzet. Er zijn echter drie bedrijven waar het aandeel meer dan 50% van de omzet bedraagt.

Omdat het begrip geïntegreerde teelt op meerdere manieren kan worden gedefinieerd, is aan de bedrijven gevraagd welke richtlijnen zij als richtsnoer gebruiken. Tabel 3.6 geeft hiervan een overzicht. Duidelijk komt naar voren dat er een grote variëteit aan richtlijnen wordt gebruikt die meestal binnen de voedingsmiddelenindustrie zelf zijn ontwikkeld, hetzij door het bedrijf zelf, hetzij door toeleveranciers of afnemers.

Tabel 3.6 Toegepaste richtlijnen ter invulling van het begrip geïntegreerde teelt (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Bron van toegepaste richtlijnen	Aantal bedrijven (n=10)
Het eigen bedrijf	4
Toeleverancier	3
Afnehmer	3
Certerra	1
Stichting Milieukeur	3
EUREP (Good Agricultural Practices)	1
Duitse deelstaten	1

3.4 Redenen voor de ontwikkeling van bedrijfsinitiatieven

Drie redenen zijn door de bedrijven verreweg het meest genoemd als zijnde doorslaggevend om een initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische dan wel geïntegreerde teelt te ontwikkelen: de in de markt gesignaleerde vraag, de wens tot onderscheiding van concurrenten en de wens een bijdrage te leveren aan een verbetering van het natuurlijk leefmilieu. Daarnaast is een biologisch initiatief soms op verzoek van afnemers en ook wel van biologische telers genomen. Tabel 3.7 geeft een overzicht van de genoemde redenen. Opvallend is dat een stimulerend overheidsbeleid niet (bij geïntegreerd) of nauwelijks (bij biologisch) als reden is genoemd om een initiatief te ontwikkelen.

Tabel 3.7 Doorslaggevende redenen voor het nemen van een initiatief tot biologische en geïntegreerde teelt (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Reden	Biologisch initiatief (n=22)	Geïntegreerd initiatief (n=10)
In de markt gesignaleerde vraag	16	6
Bijdrage tot verbetering natuurlijk leefmilieu	12	5
Wens tot onderscheiding van concurrenten	9	5
Op verzoek van afnemers	6	1
Stimulerend overheidsbeleid	1	0
Navolging van een concurrent	0	0
Anders	1	3
Geen antwoord	1	0

Van de 22 bedrijven die een biologisch initiatief hebben genomen, benadrukt het overgrote deel het initiatief in de externe communicatie en/of reclame. Dit geldt in ieder geval voor de gespecialiseerde bedrijven, bij de conventionele bedrijven ligt dit genuanceerder. Redenen om het initiatief niet zozeer onder de aandacht te brengen zijn onder andere dat een expliciete nadruk het overige eigen productaanbod zou kunnen schaden, dat de biologische productie geen speerpunt is en louter op verzoek van afnemers plaatsvindt, of dat het nog te vroeg is om ermee naar buiten te komen, bijvoorbeeld omdat eerst een totaalconcept voor het biologisch assortiment moet worden ontwikkeld.

Bij de bedrijven met een geïntegreerd initiatief wordt dit vier keer wel en vijf keer niet in de externe communicatie en/of reclame benadrukt. Dit staat los van het aandeel van het assortiment en de redenen zijn divers. Een reden om het wel te doen is bijvoorbeeld dat gebleken is dat consumenten positief reageren op de aanduiding 'granen uit gecontroleerde teelt'. Een reden om het niet te doen is dat er, zoals dat werd genoemd, 'geen behoefte is aan nieuwe keurmerken' en dat het initiatief louter is bedoeld als signaal voor de afnemers over de productkwaliteit waar de naam van het bedrijf garant voor staat. Opgemerkt wordt dat bulkproducten niet de naam van de afzetorganisatie dragen en dat het bij andere producten mede afhangt van de supermarkten of het product wordt verpakt en welke naam erop komt te staan.

Ook bij de drie bedrijven voor wie het aandeel van producten uit geïntegreerde teelt meer dan 50% van de omzet bedraagt, valt op dat twee hiervan hun initiatief niet benadrukken in de externe communicatie en reclame. Als redenen daarvoor noemt het ene bedrijf dat een te veel benadrukken van producten afkomstig van geïntegreerde teelt nadelig zou kunnen zijn voor het overig product; het andere bedrijf stelt dat het systeem nog niet sluitend is. Het derde bedrijf treedt wel naar buiten met het eigen initiatief en maakt daarbij gebruik van het Agro Milieukeurmerk (AMK) (zie paragraaf 2.5).

3.5 Knelpunten bij de ontwikkeling van bedrijfsinitiatieven

De meeste bedrijven ervaren knelpunten bij de ontwikkeling van hun initiatief. Voor de bedrijven met een biologisch initiatief geldt dat in hogere (19 van de 22 bedrijven) en sterkere mate dan voor degenen met een initiatief tot geïntegreerde teelt (6 van de 10).

Bij nadere analyse blijkt dat de knelpunten bij biologische initiatieven niet zozeer optreden bij de 'gevestigde' biologische specialisten die reeds voor 1990 op de markt actief waren. De meeste knelpunten worden gemeld door de conventionele bedrijven met een biologisch initiatief en de twee recent gevormde biologische dochterbedrijven. Het proces van omschakeling en de oriëntatie op een nieuwe markt zijn dus de voornaamste omstandigheden die tot knelpunten leiden.

Zoals uit tabel 3.8 valt af te leiden, zijn er ook nogal wat verschillen in de aard van de knelpunten. Die hangen niet alleen samen met het proces van omschakeling als zodanig, maar ook met de aard van het product en de positie van een bedrijf in de keten. Op basis van de diepte-interviews worden de knelpunten hieronder toegelicht.

Tabel 3.8 Knelpunten bij de ontwikkeling van initiatieven tot biologische en geïntegreerde teelt (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Knelpunten	Biologisch initiatief voor 1990 (n=8)	Biologisch initiatief vanaf 1990 (n=14)	Initiatief tot geïntegreerde teelt (n=10)
Aanbod te klein	2	10	4
Prijzen te hoog	2	9	
Ontwikkelen richtlij- nen kost tijd	-	-	3
Omschakeling telers kost tijd	3	5	2
Aanbod te onregel- matig	3	4	3
Eigenschappen af- wijkend	1	6	-
Vraag te klein	2	3	2
Te weinig telers be- reid	1	2	1
Aparte productieca- paciteit te duur	-	2	-
Gangbare productie- capaciteit is te groot	-	2	-

De gevestigde biologische specialisten

De gevestigde biologische specialisten melden gevarieerde problemen die vaak samenhangen met het feit dat ze nu met andere marktomstandigheden te maken hebben dan ze gewoon waren op de tot voor kort nogal afgeschermd markt van de natuurvoedingswinkels. Sinds andere bedrijven in de biologische markt zijn gestapt, is de prijs onder druk komen te staan. Voor de kleinere bedrijven is het vaak niet meer lonend om alles zelf te maken; daarom zijn specialisatie en voortdurende vernieuwing nodig. Van belang is ook de wens van afnemers om de consument het hele jaar rond een biologisch totaalassortiment te kunnen aanbieden. Een knelpunt is dan bijvoorbeeld het onregelmatig aanbod van biologisch fruit voor zover dat uit Nederland moet komen; biologische fruitteelt is in Nederland moeilijk vanwege de hoge schimmeldruk. Via import is alles in principe

evenwel te leveren en de afgelopen 3 jaar is het aanbod van biologische producten sterk vergroot.

De verwijzing naar de te kleine vraag geldt voor de Nederlandse markt en kan tot op zekere hoogte door export worden ondervangen; bedoeld wordt dat het aanbod van bijvoorbeeld akkerbouwproducten en zuivel momenteel sneller groeit dan de vraag. Het punt dat de prijs (te) hoog is wordt door de biologisch specialisten genuanceerd met de stelling dat de prijzen van de conventionele producten te laag zijn en dat de Nederlandse consument door het in het verleden gevoerde beleid gewend is aan een minimale prijs. Ook wordt wel opgemerkt dat de Nederlandse consument nauwelijks geïnteresseerd is in voeding. Om dit te illustreren verwees een geïnterviewde naar de nasleep van het ongeval in de kerncentrale van Tsjernobyl; toen werden tijdelijk meer biologische producten gekocht dan daarvoor, hoewel die aan dezelfde verontreinigde regen hadden blootgestaan als de conventionele producten, maar dat zwakte daarna weer af. Voor de Nederlander moeten de producten niet alleen zuiver biologisch zijn, maar ook een aantrekkelijke prijs hebben.

De conventionele bedrijven met een biologisch initiatief

De conventionele bedrijven die een biologisch initiatief hebben genomen, moesten hiervoor telers vinden die als biologische teler worden erkend. Deze bedrijven noemen het te kleine aanbod en de te hoge prijs het vaakst als knelpunten, naast de afwijkende eigenschappen van het biologisch product. Dat het aanbod te klein is heeft te maken met de tweejarige omschakelperiode van de teler; die heeft dan een lagere gewasopbrengst en mag de producten nog niet als EKO verkopen, waardoor een grote inkomstenderving kan optreden. Omschakeling is voor de teler een risicovolle beslissing, omdat de hiervoor beschikbare conversiesubsidies niet voor alle bedrijven toereikend zijn en ze graag meer zekerheden over hun toekomstige afzet zouden willen. Dit leidt ertoe dat te weinig telers bereid zijn tot omschakeling, dat het aanbod te klein is door de toenemende inkoop van de bedrijven, en dat mede hierdoor de prijs te hoog wordt. Als voorbeeld is genoemd dat biologische aardappelen een bijna 3 keer zo hoge grondstoffenprijs (van 20 cent per kilo naar 50 cent per kilo) kennen en dat dit een factor 6 doorwerkt in de prijs van een aardappelproduct.

In dit verband wordt door de desbetreffende bedrijven, behalve door de supermarkten zelf, nogal eens verwezen naar de consumentenprijzen die de supermarkten acceptabel vinden. Naar de mening van deze bedrijven is de prijs niet alleen een kwestie van wat de consument bereid is te betalen, maar ook een beleidskeuze van de supermarkten. Als voorbeeld van de uitersten op dit gebied worden enerzijds de Engelse supermarkten genoemd die meer gericht zijn op kwaliteit, en anderzijds de Duitse die als 'prijskopers' zo goedkoop mogelijk inkopen en met een lage marge werken. Hoewel de bedrijven meer mogelijkheden zien voor de supermarkten om het biologisch product te promoten, wordt erkend dat de bereidheid van de Nederlandse consument om meer voor voeding te betalen, ondanks de toenemende welvaart, niet moet worden overschat.

Door de supermarkten en ook door andere bedrijven is erop gewezen dat de knelpunten verschillen per productgroep. Dit geldt zowel voor de kwestie van de afwijkende producteigenschappen en het onregelmatige aanbod als voor de acceptabele consumentenprijs. Bij sommige producten, zoals zure melkproducten (karnemelk en yoghurt) is de

consument vaker geneigd het biologisch alternatief te kiezen dan bij andere, zoals zoete melkproducten. Dit zou kunnen samenhangen met de associatie tussen 'biologisch' en 'gezond' die bij sommige producten sterker is dan bij andere. Voor bijvoorbeeld biologische aardappelen is deze associatie waarschijnlijk sterker dan voor biologische frites, en voor een bulkproduct als suiker wordt niet verwacht dat de consument een meerwaarde zal toekennen aan biologische kristalsuiker (die chemisch niet van conventioneel geteelde suiker verschilt). Ondanks deze verschillen per productgroep bestaat bij sommige bedrijven toch het streven om een compleet biologisch assortiment aan te bieden, bij voorkeur van producten uit eigen land.

De knelpunten betreffende de productiecapaciteit die voor biologische producten moet worden gereserveerd, zijn vooral gemeld door de bedrijven die op verzoek van afnemers een zeer klein deel van hun productiecapaciteit aan een biologisch product besteden en die hiervoor bijvoorbeeld eerst hun complete installatie moeten schoonmaken. Omdat de kosten van deze operatie door de afnemers worden gedragen, wordt er als zodanig niet zwaar aan getild. Wel kunnen hier op de achtergrond problemen spelen in de relaties van het bedrijf met gangbare telers, die soms met scheve ogen naar het biologisch initiatief kijken. Deze telers vrezen dat de overheid het initiatief zal gebruiken als bewijs dat het mogelijk is om zonder chemische hulpmiddelen te produceren en dat zij gedwongen zullen worden hetzelfde te doen. Daarnaast wees een geïnterviewde op enige jaloezie; het idee dat de biologische telers betere ondernemers zijn en meer verdienen steekt de gangbare landbouw.

De conventionele bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt

De conventionele bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt zien dit vaak meer als een onderdeel van een continu verbetertraject dan als een werkelijke omschakeling. Ze melden in 'beperkte' mate knelpunten te ondervinden; ze wijzen erop dat het ontwikkelen van richtlijnen voor de diverse teelten tijd kost, dat te weinig 'eigen' telers bereid zijn om te schakelen (uitwijken naar andere telers verhoogt de prijs), of dat het aanbod te klein en te onregelmatig is. De onregelmatigheid van het aanbod is een punt dat overigens niet zozeer met geïntegreerde teelt te maken heeft als wel met de seizoenen en het feit dat afnemers het hele jaar door geleverd willen hebben.

Anders dan bij biologische teelt wordt ervan uitgegaan dat voor producten op basis van geïntegreerde teelt geen hogere prijs aan de markt te vragen is. Voor een aantal telers is hieraan het probleem van het kostenplaatje verbonden, omdat de teelt meer werk met zich meebrengt en dit niet kan worden doorberekend aan de supermarkt. De strategie van sommige bedrijven is erop gericht om tegen een geringe meerprijs te produceren, waarbij de hogere kosten vooral door schaalvergroting worden opgevangen. Voor het bovenste marktsegment wordt de geringe meerprijs haalbaar geacht, maar het is nog de vraag of de groeiemarkt van de levering aan horeca, kantines e.d. bijvoorbeeld op een product met AMK zit te wachten.

Hier staat evenwel tegenover dat initiatieven tot geïntegreerde teelt aansluiten bij een aantal bestaande ontwikkelingen die naar de mening van de bedrijven een onontkoombare rol zullen gaan spelen. Vanuit de markt worden in toenemende mate eisen gesteld over het gebruik van bestrijdingsmiddelen, registratie (nog zonder aanvullende eisen) en certificering. Deze eisen passen in de lijn van de beheersing van de voedselveiligheid die al

in de productieprocessen wordt toegepast en die zich nu gaat uitstrekken tot de teelt. In dit verband wordt onder andere gewezen op de Europese richtlijnen waardoor nu ook telers productaansprakelijk zijn geworden, de EUREP/GAP-richtlijnen van de grote Europese supermarkten, en de komende strenge Europese richtlijn over residuen in babyvoeding.

3.6 Ondersteuning vanuit de overheid

De rol die de overheid speelt of zou kunnen spelen is, in de enquête uitgesplitst naar (1) ondersteuning van de initiatieven tot geïntegreerde of biologische teelt en (2) stimulering van de afzet van deze producten. Wat de eerstgenoemde steun betreft, is ook een vraag over de brancheorganisaties gesteld. De mogelijkheden om de afzet te stimuleren zijn in de diepte-interviews met de bedrijven meer in detail besproken.

Over de ondersteuning die de overheid thans geeft bij het ontwikkelen van initiatieven tot geïntegreerde of biologische teelt, zijn de meningen nogal verdeeld. Ruim eenderde van de bedrijven voelt zich gesteund door de overheid en dit zijn vooral de bedrijven met een biologisch initiatief (9 van de 22 voelen zich gesteund). Als concrete voorbeelden van ondersteuning zijn de activiteiten van Stichting Milieukeur (zie paragraaf 2.5) genoemd, het Plan van Aanpak Biologische Landbouw (zie paragraaf 2.3), Europese subsidies voor projecten die de afzet van biologische producten bevorderen, en de stimulering van biologische landbouw door sommige provincies. Sommige bedrijven benadrukken in dit verband echter dat zij hun initiatieven op eigen kracht ontwikkelen en dat ze onafhankelijk van de overheid hun bedrijfsbeleid bepalen.

Met betrekking tot de brancheorganisaties voelt eenderde van de bedrijven zich gesteund bij zijn initiatief. Positieve impulsen worden gemeld van de VGT (Vereniging voor de Groot- en Tussenhandel in Groenten en Fruit), het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) en Platform Biologica. Op de expliciete vraag naar de steun die men van de brancheorganisatie zou verlangen, zijn overigens weinig concrete suggesties gekomen.

Op de vraag of de overheid thans voldoende stimulansen geeft om producten van biologische of geïntegreerde teelt in de winkels te krijgen is 8 keer eenduidig 'ja' en 12 keer eenduidig 'nee' geantwoord (met een klein aantal overige antwoorden). De overgrote meerderheid vindt dat dit wel een taak van de overheid zou moeten zijn, waarbij primair aan generiek stimulansen voor de afzet van biologische producten wordt gedacht. In de enquête was een aantal suggesties opgenomen over manieren die de overheid zou kunnen gebruiken om de afzet van producten van biologische en geïntegreerde teelt te stimuleren. In tabel 3.9 is vermeld met welke suggesties de bedrijven hebben ingestemd, waarbij net als in de vorige paragraaf een onderscheid wordt gemaakt tussen de gevestigde biologische specialisten, de bedrijven met een recent biologisch initiatief, en de bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt.

Tabel 3.9 Suggesties voor maatregelen ter stimulering van de afzet van producten van biologische en geïntegreerde teelt (meer antwoorden per bedrijf mogelijk).

Suggestie	Biologisch initiatief voor 1990 (n=8)	Biologisch initiatief vanaf 1990 (n=14)	Initiatief tot geïntegreerde teelt (n=10)
Voorlichting/educatie telers	2	9	1
Publieksvoorlichting	4	7	1
Conversiesubsidies:			
- hoger plafond biologisch	1	7	
- hoger bedrag biologisch	3	3	
- voor geïntegreerde teelt			1
Strengere eisen residuen	3	3	
Strengere eisen kunstmest/ bestrijdingsmiddelengebruik	2	2	1
Heffing op conventionele landbouwproducten	4		
Ontwikkeling eenduidige richtlijnen			2

De gevestigde biologische specialisten vinden publieksvoorlichting van belang en een aantal maatregelen die mede tot gevolg kunnen hebben dat het prijsverschil tussen biologische en gangbare producten kleiner wordt, zoals strengere eisen betreffende residuen, strengere eisen betreffende het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest, alsmede heffingen op conventionele landbouwproducten. Daarnaast vinden ze een verhoging van de conversiesubsidie wenselijk en ook meer voorlichting aan telers. In het verlengde hiervan wordt aandacht gevraagd voor de verdere professionalisering van de hele biologische keten. Een tweetal gevestigde biologische specialisten heeft te kennen gegeven dat de afzet van producten van geïntegreerde teelt niet moet worden gestimuleerd, maar dat de overheid zich moet concentreren op de ontwikkeling van de biologische markt. Naar hun mening zal de doorbraak voor geïntegreerde teelt er vanzelf wel komen.

De conventionele bedrijven die een biologisch initiatief hebben genomen en de twee recent opgerichte biologische dochterondernemingen vinden publieksvoorlichting eveneens van belang, naast de voorlichting of educatie van telers, de verhoging van het plafond voor conversiesubsidies, en in mindere mate de verhoging van het subsidiebedrag. Een enkel bedrijf is overigens tegen subsidies en ook andere bedrijven hebben benadrukt dat het accent moet liggen op het stimuleren van de marktwerking en het zoeken naar oplossingen voor de lange termijn.

De conventionele bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt zijn in veel mindere mate van mening dat de overheid de afzet van deze producten zou moeten stimuleren. Wel wordt door sommigen gesteld dat de overheid de ontwikkeling van eenduidige richtlijnen voor geïntegreerde teelt zou moeten bevorderen. Van belang is dat in Europees verband regels worden gesteld, omdat de markt nu eenmaal Europees is. In algemenere zin is ook gewezen op de wenselijkheid van het stimuleren van marktwerking en het zoeken naar oplossingen voor de lange termijn.

Het feit dat veel accent wordt gelegd op de publieksvoorlichting waar de overheid iets aan zou kunnen doen, heeft verschillende achtergronden. Een punt dat hier meespeelt is

dat de kleinere biologische specialisten niet de communicatiemiddelen hebben waar de grote bedrijven over kunnen beschikken. Een ander punt is dat het door veel bedrijven (biologische én conventionele) wenselijk wordt gevonden dat consumenten beter over voedingsmiddelen worden geïnformeerd; ze zouden moeten weten wat er in het begin van de keten speelt en door de sector heen (wat er gebeurt tussen de wuivende granen van de bierreclame en het glas bier op tafel). Ook voor de grote bedrijven is het moeilijk om aan het publiek op een heldere manier uit te leggen wat de verschillende vormen van duurzame landbouw inhouden.

Door sommigen wordt verwacht dat dit voorlichtingsprobleem in de toekomst nog zal toenemen, omdat het verschil in milieubelasting tussen geïntegreerde teelt en biologische teelt zal afnemen. Zoals een geïnterviewde opmerkte: Als de ondergrens van geïntegreerd wordt opgeschoven, zal er voor de kenner nog wel een verschil zijn maar voor de consument niet. Dat kan een bedreiging voor biologische bedrijven worden, omdat geïntegreerde teelt een goedkoper product oplevert waarvan de consument zou kunnen zeggen dat het milieuvriendelijk genoeg is.' Ook andere strategische overwegingen worden met voorlichting in verband gebracht. Een geïnterviewde benadrukte dat de overheid om het draagvlak in de sector te behouden in elk geval geen stappen moet ondernemen die tot verdere polarisatie tussen biologische en gangbare teelt kunnen leiden, zoals bij de berichtgeving over de bestrijdingsmiddelenwet, die in de media werd gereduceerd tot de simpele tegenstelling tussen 'géén gif' en 'wel gif'. Daarnaast is gesteld dat het doel van de overheid zou moeten zijn de milieubelasting te verminderen en niet het gebruik van specifieke voedingsproducten te stimuleren.

In de interviews is expliciet gevraagd naar de wenselijkheid van een paar specifieke mogelijkheden tot ondersteuning van biologische initiatieven:

- Financiële prikkels, zoals een BTW-verlaging voor biologische producten;
- Bevorderen van afspraken binnen de keten;
- Afzetgarantie voor telers.

Het blijkt dat geen van deze suggesties breed wordt onderschreven. Een BTW-verlaging zou het prijsverschil nauwelijks beïnvloeden, gezien het lage tarief. Opvallend is voorts dat geen van de geïnterviewden heeft aangegeven behoefte te hebben aan het bevorderen van afspraken tussen de diverse schakels in de keten. Men vindt overheidsinmenging op dit punt niet nodig, omdat het initiatief uit de markt moet komen en commerciële bedrijven dit zonodig zelf regelen. Ook is wel gesteld dat er met een aantal supermarkten helemaal geen afspraken zijn te maken. Een afzetgarantie die door de overheid zou worden gegeven, wordt strijdig geacht met het stimuleren van marktwerking. Hooguit zou het kunnen gaan om een garantie tijdens de omschakelperiode en alleen voor telers die hun product beneden een bepaald prijsniveau moeten verkopen.

Daarentegen wordt het wel wenselijk geacht dat de overheid het onderzoek op het gebied van biologische teelt ondersteunt. Sommigen denken hierbij aan direct toepasbare onderwerpen zoals technologiesubsidies om de kosten van de veredeling van nieuwe, resistente rassen te verlagen. Anderen noemen bijvoorbeeld de vraag of het gebruik van dierlijke mest wel veilig is. Tevens is gewezen op het probleem van de mycotoxines dat per gewas verschilt. Een geïnterviewde tekende hierbij aan dat de sector ook bij dit type on-

derzoek baat zou kunnen hebben, gezien het feit dat er nu mensen zijn die geen biologische producten kopen omdat ze vinden dat er te weinig onderzoek naar is gedaan.

In de interviews is eveneens expliciet gevraagd naar de wenselijkheid van een paar specifieke mogelijkheden voor ondersteuning van initiatieven tot geïntegreerde teelt:

- Verplichte omschakeling naar geïntegreerde teelt;
- Financiële prikkels, zoals fiscale maatregelen;
- Extra investeren in kennis;
- Koppeling leggen met toelatingsbeleid.

Verplichte omschakeling wordt alleen al niet mogelijk geacht, omdat dit de concurrentiepositie van de Nederlandse telers op de Europese markt negatief zou kunnen beïnvloeden. Zolang de verplichting in het buitenland niet bestaat, kan men daar goedkoper produceren. Toch is op de lange termijn gezien geïntegreerde teelt de trend en zal dat een voorwaarde worden om te mogen leveren. Over financiële prikkels zijn de geïnterviewden soms wel en soms niet positief (de kleinere bedrijven meestal wel), maar fiscale maatregelen worden vanwege de slechte inkomenspositie van met name de fruittelers weinig zinvol gevonden. Over een eventuele koppeling met het toelatingsbeleid is gesteld dat dit zinvol zou kunnen zijn, maar dat het altijd 'mazen' kan opleveren waar men toch weer doorheen kan. Extra investeren in kennis wordt wel relevant gevonden.

3.7 Toekomstperspectief

In de interviews zijn enkele vragen over de toekomst gesteld en is nagegaan hoe men denkt over de hoofddoelstelling van het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt', te weten de realisering van geïntegreerde teelt op gecertificeerde bedrijven uiterlijk in 2005 (zie paragraaf 2.4). Het gaat daarbij om een gematigde vorm van geïntegreerde teelt volgens het zogenaamde basispakket. De geïnterviewden laten zich over het algemeen voorzichtig positief uit, omdat de consequenties voor de sector niet helemaal zijn te overzien en 5 jaar in de praktijk toch wel heel kort blijkt te zijn.

Dat het beleid voor geïntegreerde teelt kiest wordt door 9 van de 10 geïnterviewden redelijk gevonden, omdat op deze manier op korte termijn meer te bereiken is dan via biologische teelt. Volgens hen zal er in de toekomst weliswaar wat de milieubelasting betreft niet zoveel verschil zijn tussen biologisch en geïntegreerd, maar blijft de aanpak toch heel verschillend. Geïntegreerde teelt is te zien als 'high tech' en dat is anders dan de biologische teelt. Zolang bijvoorbeeld in de glastuinbouw voor EKO-teelt niet op steenwol mag worden geteeld, zullen deze benaderingen niet naar elkaar toegroeien. De geïnterviewde die niet met de beleidskeuze instemde, stelde zich op het standpunt dat de overgang van grote groepen telers naar geïntegreerde teelt weliswaar goed is voor het milieu, maar dat dit toch niet vergelijkbaar is met biologische landbouw ('geïntegreerde teelt laat het slechte na, biologische teelt doet het goede'). De keuze voor biologische landbouw is naar zijn mening niet zonder reden; het gaat om de microbiologie van het bodemleven en die is niet te behouden door een 'beetje' biologisch te werken, want dan zal er altijd chemisch moeten worden ingegrepen, waarbij met iedere bespuiting het bodemleven wordt vernietigd.

Bij wijze van afsluiting is in de interviews gevraagd naar een toekomstverwachting over de ontwikkeling van de duurzame landbouw in Nederland en de Europese Unie tot 2010.

Niet iedereen heeft zich daarover uitgelaten, maar zoals blijkt uit tabel 3.10 is over het algemeen het beeld voor Nederland, zeker wat de geïntegreerde teelt betreft, tamelijk positief. Als toelichting is opgemerkt dat geïntegreerde teelt ook wel bij Nederland past vanwege het compromiskarakter. Waar het aandeel van geïntegreerde teelt in Nederland nogal eens hoger wordt geacht dan in de Europese Unie, hebben sommige geïnterviewden enige reserves ten aanzien van de toekomst voor de biologische landbouw in Nederland. Hierover is onder andere opgemerkt dat de Nederlandse telers moeten oppassen de biologische ‘boot’ niet te missen.

Tabel 3.10 Toekomstverwachting over het aandeel duurzame landbouw in 2010 bij elk van de 10 geïnterviewden.

% in Nederland		
Biologisch	Geïntegreerd	Beide samen
10-15	85-90	100
10	90	100
5	95	100
20	60	80
5	70-80	75-85
10	60	70
20	weet niet	—
10-15	weet niet	—
10	weet niet	—
weet niet	weet niet	—

Zoals al eerder is vermeld, zijn veel geïnterviewden van mening dat het streven naar geïntegreerde teelt aansluit bij een aantal ontwikkelingen bij het beheersen van de voedselveiligheid die in de toekomst een onontkoombare rol zullen gaan spelen voor elke teler die wil blijven leveren. Een belangrijke mechanisme in het veranderingsproces is de invloed van de publieke opinie. Consumenten zijn zich meer bewust geworden van de problemen in de landbouw, vaak door acties van maatschappelijke organisaties. Vervolgens is dit opgepikt door de voedingsmiddelenindustrie en de politiek. Verwacht wordt dat deze ontwikkeling doorzet, zoals blijkt uit de invloed van de EUREP/GAP richtlijnen en de nieuwe Europese regeling voor productaansprakelijkheid die meer verantwoordelijkheid legt bij telers, producenten en ‘retailers’.

Het behoorlijk positieve toekomstbeeld wordt bevestigd door de toekomstplannen van de bedrijven in de onderzoeksgroep. Op de vraag of zij van plan zijn om hun initiatief in de komende vijf jaar verder uit te breiden, heeft het overgrote deel bevestigend geantwoord. Men ziet over het algemeen voldoende mogelijkheden voor een groeiende afzet, hetzij in Nederland, hetzij in het buitenland.

4. In discussie met de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie

4.1 Inleiding

De derde fase van het onderzoek is uitgevoerd in de vorm van een rondetafelgesprek met vertegenwoordigers van bedrijven, beleid en maatschappelijke organisaties. Het doel was ervaringen uit te wisselen en beleidsaanbevelingen te formuleren die in overleg met de deelnemers eventueel zouden kunnen worden aangeboden aan de betrokken ministers of kamerfracties. In dit hoofdstuk wordt verslag gedaan van de discussie tijdens het gesprek dat op 30 november 2000 is gehouden. Na een drietal korte presentaties, waarin achtereenvolgens een toelichting werd gegeven op de beleidsnota 'Biologische landbouw 2001-2004', het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' en op de voorlopige resultaten van het onderzoek, bespraken de 20 deelnemers onder voorzitterschap van mevrouw M. Vos vijf stellingen. Twee van de stellingen hadden betrekking op de beleidsnota 'Biologische landbouw', twee op 'Zicht op gezonde teelt' en de laatste op de betrokkenheid van de voedingsmiddelenindustrie bij het bestrijdingsmiddelenbeleid. Paragraaf 4.2 bevat een samenvatting van de discussie; de conclusies staan in paragraaf 4.3. De lijst met deelnemers aan het gesprek is bijgevoegd in bijlage 3.

4.2 Discussie aan de hand van stellingen

Stelling 1: Op biologisch gebied blijft Nederland een achterblijver in Europa als de overheid bij haar voornemen blijft om de subsidies voor omschakeling af te schaffen.

De eerste stelling betrof de beleidsnota 'Biologische landbouw' (LNV, 2000), waarin het ministerie van LNV invulling geeft aan de vraaggerichte benadering ter ontwikkeling van de biologische landbouw in Nederland. Eén van de maatregelen die het ministerie aankondigt is het afbouwen van de regeling voor omschakelingssubsidies, hoewel het ministerie erkent dat de omschakeling van conventionele naar biologische teelt een groot risico voor de betrokken landbouwer inhoudt. Tegen deze achtergrond is de volgende stelling geformuleerd:

In de discussie werd enerzijds ingegaan op de in Nederland achterblijvende vraag en anderzijds op de gevolgen van het wegvallen van de subsidie. Volgens de aanwezigen blijft de vraag in Nederland achter in vergelijking met andere Europese landen en heeft dat tot gevolg dat een groot deel van het biologisch aanbod naar het buitenland gaat. Hoewel dit op zichzelf geen probleem is, moet er met name volgens de vertegenwoordigers van de biologische bedrijven rekening mee worden gehouden dat de buitenlandse vraag om allerlei redenen kan wegvallen. Op langere termijn gezien is het dan ook van belang dat het binnenlands gebruik wordt bevorderd. Momenteel blijft de Nederlandse consument achter in de bereidheid om een voldoende prijs te betalen. Om dit te veranderen is voorlichting nodig en dat is lastig voor een producent. Als beleidsmakers biologische teelt willen, moet het doel ervan heel duidelijk worden uitgelegd. Naar de mening van sommige aanwezigen is voorts actie van de 'retailers' nodig. Die moeten de consument meer

stimuleren op de winkelvloer en daarbij aandacht besteden aan de emotionele beleving van het biologisch product, zoals ook in het buitenland is gedaan.

Vrij algemeen werd aangenomen dat de biologische productie in Nederland zal achterblijven als de subsidie wegvalt. Dit effect wordt nog versterkt door het feit dat Nederland het enige land in de EU is waar de conversiesubsidie wordt afgeschaft. Door de telers wordt de tweejarige omschakelingsperiode als een drempel ervaren en het is niet goed om deze drempel verder te verhogen. Dit betekent evenwel niet dat alle deelnemers van mening waren dat de subsidie in de huidige vorm zou moeten worden gehandhaafd. Naast één deelnemer die zich tegen het instrument van subsidie keerde, waren anderen van mening dat de subsidie gekoppeld zou moeten worden aan de marktvraag en alleen zou moeten worden toegekend aan telers die aantoonbaar afspraken in de keten hebben gemaakt over de toekomstige afzet van hun biologische producten ('afzetzekerheid'). Enkele van de aanwezige conventionele bedrijven gaven te kennen dat zij inderdaad bereid zijn met telers om de tafel te gaan zitten en afspraken te maken over de afzet.

Deze bedrijven stelden overigens ook dat zij niet bereid zijn een prijsgarantie te geven en een hogere prijs te betalen voor omschakelingsproducten, wat de vertegenwoordigers van de biologische bedrijven wenselijk vonden. Dit punt vormde de overgang naar de tweede stelling die betrekking had op het vraaggestuurde beleid dat in de beleidsnota 'Biologische landbouw' centraal staat.

Stelling 2: Het vraaggestuurde beleid voor de biologische landbouw komt niet goed van de grond, zolang de Nederlandse supermarkten niet bereid zijn aan biologische boeren een betere prijs te betalen.

Naar aanleiding van deze stelling werd opgemerkt dat de prijs in een totaalverband moet worden gezien. In Duitsland komt de prijs van een biologisch product heel dicht bij die van een product van een A-merk en is de consument wel degelijk bereid om die te betalen. Met verwijzing naar eigen onderzoek stelde de vertegenwoordiger van Natuur en Milieu dat inkopers van supermarkten veel klachten hebben over de levering (en daarmee over de inefficiëntie in de keten die onnodig kostenverhogend werkt). Naar zijn mening gaat het op veel plaatsen niet goed in de keten en zullen alle partijen hun verantwoordelijkheid voor de lange termijn moeten nemen. Aansluitend werden door de vertegenwoordiger van een supermarkt enkele relativerende opmerkingen gemaakt over de plaats van de supermarkt in de keten. Als voorbeeld noemde hij Konmar waar de consument echt moet zoeken naar biologische producten, terwijl de verkoop toch prima loopt. In samenhang met een winkelformule gericht op 'vers' en 'kwaliteit' zouden supermarkten wel meer initiatieven kunnen nemen, maar dat vereist ook intern, bij inkopers, een omslag in het denken en een visie op de langere termijn. Evenals andere aanwezigen was hij van mening dat het stimuleren van de klant uiteindelijk een taak is voor alle partijen in de keten.

Stelling 3: Het nationale beleid gaat er geheel aan voorbij dat de voedingsmiddelenindustrie opereert op een Europese markt met Europese regels en Europese initiatieven.

De derde stelling had betrekking op het voorgenomen beleid dat in het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' wordt beschreven. Door de vertegenwoordigers van een aantal bedrijven werd bevestigd dat de Europese en zelfs mondiale markt voor hen het belang-

rijkst zijn, zowel bij de inkoop van grondstoffen en producten als bij de verkoop ervan. Met name voor geïntegreerde teelt is er bij bedrijven die op buitenlandse en binnenlandse markten inkopen, dan ook behoefte aan duidelijke regels in EU-verband.

Vanuit de biologische sector werd opgemerkt dat harmonisatie altijd wat achterloopt en dat de EU-regels voor biologische teelt niet scherp genoeg zijn. In een land als Denemarken is er al EKO-plus. Bedrijven die een biologisch product exporteren moeten rekening houden met de eisen die bijvoorbeeld de Engelse supermarkten de komende jaren zullen stellen. Dit kan inhouden dat bedrijven een hoger ambitieniveau ten aanzien van biologische teelt wensen na te streven dan de huidige SKAL-regels impliceren. De monopoliepositie van deze certificerende instantie in Nederland kan voor die bedrijven een knelpunt vormen. Vanuit dit perspectief werd ervoor gepleit dat de overheid de bedrijven vrij laat om een certificerende instantie te kiezen.

Stelling 4: Bij het definiëren van geïntegreerde teelt moet de overheid er rekening mee houden dat wat de consument wil voeding is die vrij is van bestrijdingsmiddelenresiduen.

In de vierde stelling werd het voorgenomen beleid van het visiedocument 'Zicht op gezonde teelt' geplaatst tegenover het door Albert Heijn in oktober 2000 bekend gemaakte voornemen om louter 'residuvrije' producten te gaan verkopen, waarbij het argument luidt dat dit is wat consumenten tegenwoordig verlangen. Residuvrij wil zeggen niet detecteerbaar, zoals bijvoorbeeld wordt voorgeschreven in de Europese richtlijn over babyvoeding.

Desgevraagd gaf de vertegenwoordiger van het ministerie van LNV aan dat het onderwerp residuen geen nadrukkelijke rol speelt bij de ontwikkeling van het basis- en pluspakket in het kader van 'Zicht op gezonde teelt'; het residuenbeleid is de verantwoordelijkheid van het ministerie van VWS (volksgezondheid). De vertegenwoordiger van het ministerie van VROM tekende hierbij aan dat momenteel gewerkt wordt met de normen zoals die in de wet staan en dat VWS geen extra eisen stelt, maar dat de sector hierover zelf afspraken kan maken.

Door de andere deelnemers werd hier verschillend op gereageerd. Enerzijds werd ervoor gepleit nader te definiëren wat residuvrij inhoudt en deze definitie bij het bestrijdingsmiddelenbeleid te betrekken. Anderzijds toonden sommige deelnemers zich bevreesd dat de suggestie zou worden gewekt dat alleen residuvrij veilig is en dat de overige teelt zou worden gediskwalificeerd, hoewel bij geïntegreerde teelt gebruik wordt gemaakt van toegelaten middelen die in verantwoorde hoeveelheden worden gebruikt. In het verlengde hiervan richtte de discussie zich op het onderscheid tussen dat wat veilig is voor de consument en dat wat goed is voor het milieu. Uiteindelijk konden de aanwezigen zich vinden in de conclusie dat residuvrij in principe gewenst is, maar dat er situaties kunnen zijn waarin dat anders ligt.

Stelling 5: Gezien de initiatieven die in de keten worden genomen, is het onterecht dat de voedingsmiddelenindustrie niet bij het bestrijdingsmiddelenbeleid wordt betrokken.

Deze stelling was geformuleerd naar aanleiding van de in hoofdstuk 3 beschreven onderzoeksresultaten. Bij de eerdere presentatie, waarin een toelichting op 'Zicht op gezonde

teelt' werd gegeven, had de vertegenwoordiger van LNV al aangegeven dat het voor het ministerie moeilijk was gebleken om hierover met de voedingsmiddelenindustrie in contact te komen. Uit de reacties van de deelnemers bleek dat het Nederlandse bestrijdingsmiddelenbeleid voor een aantal internationaal opererende bedrijven een lage prioriteit heeft. Zij hebben meer belangstelling voor discussies op EU-niveau en richten zich in principe op de strengste eisen die door overheden en supermarkten worden gesteld, omdat dat voor hen efficiënter is. Dergelijke bedrijven kunnen niettemin een rol spelen in de door de overheid voorgenomen voorlichting van consumenten, zodat afstemming en coördinatie gewenst zijn.

Een aantal andere bedrijven toonde zich echter wel geïnteresseerd in het Nederlandse bestrijdingsmiddelenbeleid. Dat geldt voor de biologische sector en voor de verwerkende industrie die zich richt op de teelten die in Nederland belangrijk zijn, zoals aardappel, suikerbiet en graan. Een strategie van de overheid zou kunnen zijn om eerst te kijken naar de grondstoffen om daar vervolgens overkoepelende organisaties in de verwerkende industrie bij te zoeken.

4.3 Conclusies

Na elke stelling werd door de voorzitter een aantal conclusies geformuleerd. Die staan hieronder puntsgewijs opgesomd.

- De partijen in de keten zullen veel nauwer moeten samenwerken om de efficiëntie te bevorderen en onnodige kosten te vermijden.
- Conversiesubsidies blijven nodig om telers te stimuleren biologisch te gaan produceren, maar zouden aan voorwaarden kunnen worden gebonden, bijvoorbeeld een afzetgarantie door de verwerkende industrie.
- Een aantal van de aanwezige bedrijven is bereid met telers om de tafel te gaan zitten en afspraken te maken over de afzet.
- Het is de consument onvoldoende duidelijk wat het doel van biologische teelt is. De overheid zal samen met andere partijen uit de keten voorlichting moeten verzorgen.
- Er zijn eenduidige regels nodig, liefst op EU-niveau, over wat geïntegreerde teelt is.
- Ten aanzien van de regels voor biologische teelt zou er ruimte moeten zijn voor een hoger ambitieniveau, de zogenoemde EKO-plus.
- De positie van SKAL is een blokkade voor de verdere ontwikkeling van de biologische sector. De overheid moet de bedrijven vrij laten om een certificerende instantie te kiezen.
- Bij geïntegreerde teelt is een residuvrij product wenselijk, maar er kunnen situaties zijn waarin dit anders ligt.
- Bij de bedrijven is er betrokkenheid en bereidheid om mee te praten over het toekomstige Nederlandse bestrijdingsmiddelenbeleid. De overheid wordt aanbevolen om uitgaande van de voor Nederland belangrijke teelten de relevante overkoepelende organisaties in de verwerkende industrie te zoeken en daarmee in contact te treden.

Aangehaalde literatuur

- Browne, A.W., P.J.C. Harris, A.H. Hofny-Collins, N. Pasiecznik en R.R. Wallace. (2000). Organic production and ethical trade: definition, practice and links. *Food Policy*, 25, pp. 69-89.
- de Kuijer, O.C.H., en D.K. Wielenga (1999). *Een vergelijking van de milieubelasting van vlees en vleesalternatieven en de aantrekkelijkheid van de alternatieven voor consumenten*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, Publikatiereeks produktenbeleid, nr. 1999/35.
- Keuringsdienst van Waren (2000). *Jaarverslag 1999*. Den Haag.
- Miles, S., en L.J. Frewer (2001). Investigating specific concerns about different food hazards. *Food Quality and Preference*, 12, pp. 47-61.
- Milieudefensie en Greenpeace (2000). *EKO aanbod in de supermarkt. Wie verkoopt voedsel zonder gif en gentechnologie?* Milieudefensie, Amsterdam en Greenpeace, Amsterdam.
- Ministerie van LNV (2000). *Een biologische markt te winnen. Beleidsnota biologische landbouw 2001-2004*. Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Den Haag.
- Ministerie van LNV (2000). *Voedsel en Groen. Het Nederlandse agro-foodcomplex in perspectief*. Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Den Haag.
- Platform Biologica (2000). *EKO-monitor nr. 7*. Utrecht.
- Poortinga, W., P. Dekker en J. van Male (2000). *Vertrouwen en risicopercepties. Een onderzoek naar opvattingen over voedselveiligheid*. Werkdocument, Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.
- Stuurgroep Gewasbescherming na 2000 (2000). *Zicht op gezonde teelt: schets van een nieuw gewasbeschermingsbeleid met oog voor consument en burger*. Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Den Haag.
- van der Grijp, N.M., en F. den Hond (1999). *Green supply chain initiatives in the European food and retailing industry*. R-99/07, Institute for Environmental Studies, Vrije Universiteit, Amsterdam.

Appendix I. Vragenlijst schriftelijke enquête

Inleiding

De vragenlijst is opgebouwd uit zes blokken met vragen:

- A. Informatie over uw bedrijf
- B. Huidige initiatieven tot een productaanbod gebaseerd op biologische teelt
- C. Huidige initiatieven tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt
- D. Toekomstige initiatieven
- E. Ondersteuning vanuit de overheid en de branche
- F. Afsluiting

Voor de meeste bedrijven geldt dat niet alle (blokken van) vragen van toepassing zijn. Daarom is in de vragenlijst een verwijzingssysteem opgenomen, zodat u op een eenvoudige manier kunt zien welke vragen in uw situatie van toepassing zijn. Verder zijn bij de meeste vragen verschillende antwoordmogelijkheden gegeven, waardoor u kunt volstaan met het aankruisen van het meest passende antwoord. Wij stellen het echter zeker op prijs als u een nadere toelichting op uw antwoorden geeft.

De interpretatie van de begrippen 'biologische' en 'geïntegreerde' teelt blijkt in het spraakgebruik niet altijd eenduidig te zijn. In ons onderzoek hanteren wij de volgende omschrijvingen:

- Onder **biologische** teelt verstaan wij die landbouwmethoden waarbij geen gebruik wordt gemaakt van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen. Biologisch-dynamische landbouw, waarbij ook rekening wordt gehouden met kosmische invloeden, beschouwen wij als een bijzondere vorm van biologische landbouw.
- Bij **geïntegreerde** (of: gecontroleerde) teelt gaat het om een behoorlijke reductie van het gebruik van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen. Meestal zijn in dit geval de eisen per landbouwproduct vastgelegd in richtlijnen of protocollen. In Nederland valt hierbij te denken aan de eisen die Certerra, voorheen de Stichting Milieubewuste Teelt, formuleert, en de eisen die de Stichting Milieukeur hanteert in het kader van de AgroMilieukeur, maar ook aan de richtlijnen van het voedingsmiddelenbedrijfsleven zelf.

A. Informatie over uw bedrijf en uzelf

1a. Naam bedrijf: ...

Naam medewerker: ...

Functie: ...

Telefoonnummer: ...

Email-adres: ...

Adres website: ...

1b. Wat is de grootte van uw onderneming?

Aantal medewerkers:

- ☐ 1-5
- ☐ 6-20
- ☐ 21-50
- ☐ > 50

Omzet (in miljoenen guldens):

- ☐ < 10
- ☐ 10-100
- ☐ > 100

Aantal filialen:

- ☐ 1
- ☐ 2-5
- ☐ > 5

2. Tot welke schakel in de productieketen behoort uw bedrijf?
(meerdere antwoorden mogelijk)
 - ☐ primaire productie
 - ☐ producent van halfproducten
 - ☐ producent van eindproducten
 - ☐ groothandel
 - ☐ detailhandel
 - ☐ horeca en catering
 - ☐ anders, namelijk ...
3. Welk deel van uw productie is bestemd voor de export?
 - ☐ < 25%
 - ☐ 25-50%
 - ☐ 50-75%
 - ☐ > 75%
4. Welk deel van uw grondstoffen en (half) producten betreft u uit import?
 - ☐ < 25%
 - ☐ 25-50%
 - ☐ 50-75%
 - ☐ > 75%
5. Hoe staat uw bedrijf in relatie tot boeren? Heeft u direct contact met boeren of vinden leveranties van landbouwproducten plaats via een coöperatie of een handelaar? (meerdere antwoorden mogelijk)
 - ☐ direct contact met toeleverende boeren
 - ☐ toeleveranties via een coöperatie
 - ☐ toeleveranties via een handelaar
 - ☐ anders, namelijk ...
6. In welke van de volgende productcategorieën is uw onderneming actief?
(meerdere antwoorden mogelijk)
 - ☐ verse aardappelen
 - ☐ verse groente
 - ☐ vers fruit
 - ☐ bewerkte aardappelen
 - ☐ bewerkte groenten

- ☐ bewerkt fruit
 - ☐ zuivelproducten
 - ☐ brood en banket
 - ☐ granen en deegwaren
 - ☐ anders, namelijk ...
7. Heeft uw bedrijf initiatieven ontplooid ter vermindering van het gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest door toeleverende boeren?
- ☐ ja → door naar vraag 8
 - ☐ nee → door naar vraag 28
8. Betreffen deze initiatieven een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde of biologische teelt, of wellicht beide?
- ☐ biologische teelt → door naar vraag 9
 - ☐ geïntegreerde teelt → door naar vraag 18
 - ☐ beide → door naar vraag 9
 - ☐ anders, namelijk ...

B. Huidige initiatieven tot een productaanbod gebaseerd op *biologische* teelt

9. Wat houdt uw initiatief tot een productaanbod gebaseerd op **biologische** teelt in? Kunt u een korte toelichting geven? (Gebruik eventueel een apart vel, of sluit schriftelijke informatie bij)
10. In welk jaar is het initiatief van start gegaan?
11. Welke deel van het assortiment is in het initiatief inbegrepen?
- ☐ het gehele assortiment
 - ☐ het merendeel van het assortiment
 - ☐ een beperkt deel van het assortiment, te weten ...
12. Hoeveel procent van de omzet bedraagt uw **biologisch** assortiment ten opzichte van de totale bedrijfsomzet?
- ☐ < 25%
 - ☐ 25-50%
 - ☐ 50-75%
 - ☐ > 75%
13. Benadrukt u het initiatief tot een **biologisch** productaanbod in de externe communicatie / reclame?
- ☐ ja
 - ☐ nee

Graag uw toelichting:

14. Wat is voor u de doorslaggevende reden geweest om uw eigen **biologische** initiatief te ontwikkelen?
(meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ in de markt gesignaleerde vraag (klanten)
 - ☐ navolging van concurrent
 - ☐ stimulerend overheidsbeleid
 - ☐ wens tot onderscheiding / differentiatie ten opzichte van concurrenten
 - ☐ wens om bijdrage te leveren aan verbetering natuurlijk leefmilieu
 - ☐ op verzoek van afnemers
 - ☐ anders, namelijk ...
15. In hoeverre doen zich knelpunten voor bij de ontwikkeling van uw **biologische** initiatief?
- ☐ in hoge mate
 - ☐ in beperkte mate
 - ☐ in het geheel niet → door naar vraag 17
16. Welke knelpunten betreft het?
- ☐ het omschakelen van boeren naar biologische teelt kost tijd
 - ☐ er zijn te weinig boeren bereid om te schakelen
 - ☐ het aanbod van biologische grondstoffen/producten is te klein
 - ☐ het aanbod van biologische grondstoffen/producten is te onregelmatig
 - ☐ de prijzen van biologische grondstoffen/producten zijn te hoog
 - ☐ de eigenschappen van biologische grondstoffen/producten zijn afwijkend van die van gangbare
 - ☐ het is te duur om aparte productiecapaciteit te bestemmen voor de verwerking van biologische grondstoffen/producten
 - ☐ de productiecapaciteit van de gangbare apparatuur is te groot voor de te verwerken hoeveelheden biologische grondstoffen/producten
 - ☐ de vraag van afnemers/consumenten is kleiner dan verwacht
 - ☐ anders, namelijk ...
17. Bent u van plan om het **biologische** initiatief in de komende vijf jaar verder uit te breiden?
- ☐ ja
 - ☐ nee
 - ☐ weet niet

Graag uw toelichting:

NB. Indien uw bedrijf ook een initiatief heeft genomen tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt, dan graag doorgaan met de vragen van blok C, anders verder gaan met de vragen van blok D.

C. Huidige keteninitiatieven tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt

18. Wat houdt uw het initiatief tot een productaanbod gebaseerd op **geïntegreerde** teelt in? Kunt u een korte toelichting geven?
19. In welk jaar is het initiatief van start gegaan?
20. Hoe definieert uw bedrijf het begrip **geïntegreerde** teelt, oftewel welke richtlijnen gebruikt u als richtsnoer?
- ☐ eigen richtlijnen
 - ☐ richtlijnen van toeleverancier
 - ☐ richtlijnen van afnemer
 - ☐ de richtlijnen van Certerra (voorheen: Stichting Milieubewuste Teelt)
 - ☐ de richtlijnen van Stichting Milieukeur voor de AgroMilieukeur (AMK)
 - ☐ anders, namelijk ...
21. Welke deel van het assortiment is in het initiatief inbegrepen?
- ☐ het gehele assortiment
 - ☐ het merendeel van het assortiment
 - ☐ een beperkt deel van het assortiment, te weten ...
22. Hoeveel bedraagt de omzet van de betreffende producten ten opzichte van de totale bedrijfsomzet?
- ☐ < 25%
 - ☐ 25-50%
 - ☐ 50-75%
 - ☐ > 75%
23. Benadrukt u het initiatief tot een productaanbod gebaseerd op **geïntegreerde** teelt in de externe communicatie / reclame?
- ☐ ja
 - ☐ nee

Graag uw toelichting:

24. Wat is voor u de doorslaggevende reden geweest om uw eigen initiatief tot **geïntegreerde** teelt te ontwikkelen? (meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ in de markt gesignaleerde vraag (klanten)
 - ☐ navolging van concurrent
 - ☐ stimulerend overheidsbeleid
 - ☐ wens tot onderscheiding / differentiatie ten opzichte van concurrenten
 - ☐ wens om bijdrage te leveren aan verbetering natuurlijk leefmilieu
 - ☐ op verzoek van afnemers
 - ☐ anders, namelijk ...

25. In hoeverre doen zich knelpunten voor bij de ontwikkeling van uw initiatief tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt?
- ☐ in hoge mate
 - ☐ in beperkte mate
 - ☐ in het geheel niet → door naar vraag 27
26. Welke knelpunten betreft het?
- ☐ het ontwikkelen van richtlijnen voor de diverse teelten vergt tijd
 - ☐ het omschakelen van boeren naar geïntegreerde teelt kost tijd
 - ☐ er zijn te weinig boeren bereid om te schakelen
 - ☐ het aanbod van grondstoffen / producten uit geïntegreerde teelt is te klein
 - ☐ het aanbod van grondstoffen / producten uit geïntegreerde teelt is te onregelmatig
 - ☐ de prijzen van grondstoffen / producten uit geïntegreerde teelt zijn te hoog
 - ☐ de vraag van afnemers / consumenten is kleiner dan verwacht
 - ☐ anders, namelijk ...
27. Bent u van plan om het initiatief ter stimulering van **geïntegreerde** teelt in de komende vijf jaar verder uit te breiden?
- ☐ ja
 - ☐ nee
 - ☐ weet niet

Graag uw toelichting:

D. Toekomstige initiatieven

NB. De vragen in dit blok zijn alleen bedoeld voor degenen die van plan zijn om binnenkort een nieuw initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische of geïntegreerde teelt te nemen.

28. Is uw bedrijf van plan om in de nabije toekomst bedoelde initiatieven te ontplooiën?
- ☐ ja
 - ☐ nee → door naar vraag 31
 - ☐ weet niet → door naar vraag 31
29. Betreft dit voornemen een initiatief tot de introductie van een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde of biologische teelt, of wellicht beide?
- ☐ biologische teelt
 - ☐ geïntegreerde teelt
 - ☐ beide
 - ☐ anders, namelijk ...
30. Welke producten zullen in het initiatief worden inbegrepen?
- ☐ het gehele assortiment
 - ☐ het merendeel van het assortiment
 - ☐ een beperkt deel van het assortiment, te weten ...

31. Welke factoren hebben u er (tot nu toe) van weerhouden om een dergelijk initiatief te ontplooiën? (meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ onbekendheid met de mogelijkheid
 - ☐ onwilligheid van toeleveranciers
 - ☐ te weinig ondersteuning vanuit de overheid
 - ☐ te weinig ondersteuning vanuit de branche-organisatie
 - ☐ te hoge kosten
 - ☐ te kleine marktvraag
 - ☐ te krappe marges
 - ☐ anders, namelijk ...

E. Ondersteuning vanuit de overheid en de branche

NB. De vragen van dit blok zijn alleen bedoeld voor degenen die reeds een initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische of geïntegreerde teelt hebben genomen.

32. Wordt / voelt u zich in uw initiatief gesteund door de Nederlandse **overheid**?

- ☐ ja
- ☐ nee

Kunt u een korte toelichting geven?

33. Wordt / voelt u zich in uw initiatief gesteund door de **branche-organisatie**?

- ☐ ja
- ☐ nee

Kunt u een korte toelichting geven?

34. Welke steun zou u van de **overheid** willen hebben? Graag uw toelichting.

35. Welke steun zou u van de **branche-organisatie** willen hebben? Graag uw toelichting.

36. Vindt u dat de **overheid** voldoende stimulansen geeft om producten van biologische of geïntegreerde teelt in de winkels te krijgen?

- ☐ ja
- ☐ nee
- ☐ weet niet

37. Vindt u het een taak van de **overheid** om de afzet van producten van biologische of geïntegreerde teelt te stimuleren?

- ☐ ja
- ☐ nee → door naar vraag 40
- ☐ weet niet → door naar vraag 40

38. Op welke manier(en) zou de Nederlandse overheid de afzet van producten van **biologische** teelt moeten stimuleren? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ hogere conversiesubsidies voor primaire producenten (boeren en tuinders)
- ☐ meer boeren en tuinders zouden in aanmerking moeten komen voor conversiesubsidies (hoger subsidieplafond)
- ☐ strengere eisen aan kunstmest- en bestrijdingsmiddelengebruik

- ☐ strengere eisen aan residuen van bestrijdingsmiddelen op landbouwproducten
 - ☐ heffing op conventionele landbouwproducten
 - ☐ voorlichting en educatie van boeren
 - ☐ publieksvoorlichting
 - ☐ anders, namelijk ...
39. Op welke manier(en) zou de Nederlandse overheid de afzet van producten van **geïntegreerde** teelt moeten stimuleren? (meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ verstrekking subsidies aan omschakelende primaire producenten (boeren en tuinders)
 - ☐ strengere eisen aan kunstmest- en bestrijdingsmiddelengebruik
 - ☐ strengere eisen aan residuen van bestrijdingsmiddelen op landbouwproducten
 - ☐ ontwikkeling van eenduidige richtlijnen voor geïntegreerde teelt
 - ☐ heffing op conventionele landbouwproducten
 - ☐ voorlichting en educatie van boeren
 - ☐ publieksvoorlichting
 - ☐ anders, namelijk ...

F. Afsluiting

40. Welke twee bedrijven beschouwt u als de koplopers ten aanzien van bedoelde initiatieven in uw sector?
41. Zou u bereid zijn aan de volgende fase van het onderzoek (diepte-interviews, ronde tafelgesprek) deel te nemen?
- ☐ ja
 - ☐ nee
42. Indien u geïnteresseerd bent in een verslag van ons onderzoek, wilt u dan uw adres opgeven?
- NB.** De volgende vraag is alleen bedoeld voor bedrijven die reeds een initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische of geïntegreerde teelt hebben genomen.
43. Mag uw bedrijf in het onderzoeksrapport genoemd worden?
- ☐ ja
 - ☐ nee

- Wij danken u hartelijk voor uw medewerking aan ons onderzoek -

Appendix II. Vragenlijst diepte-interviews

Informatie over het bedrijf

Naam bedrijf:

Naam geïnterviewde:

Nummer enquête:

Tabel 1. Profiel bedrijf

Type kenmerk	
Bedrijfsgrootte (vraag 1b enquête)	Aantal medewerkers: Grootte omzet: Aantal filialen:
Schakel productieketen (vraag 2 enquête)	
Deel productie bestemd voor export (vraag 3 enquête)	
Deel grondstoffen en (half) producten afkomstig uit import (vraag 4 enquête)	
Relevante productcategorieën (vraag 6 enquête)	

Voor de interviewer: Naar eigen inzicht kan een toelichting op het bedrijfsprofiel worden gevraagd.

Toelichting op het bedrijfsinitiatief ter beperking van het gebruik van kunstmest en bestrijdingsmiddelen

1. In de enquête heeft u aangegeven dat uw bedrijf een initiatief heeft genomen tot een productaanbod gebaseerd op (vraag 8 enquête):
 - biologische teelt
 - geïntegreerde teelt
 - beide

Klopt dit inderdaad?

Voor degenen met een biologisch initiatief:

- 2a. U heeft het initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische teelt beknopt toegelicht door een aantal van onze enquête-vragen te beantwoorden. Ter herinnering zal ik nu eerst de door u gegeven antwoorden samenvatten.

Tabel 2. Kenmerken initiatief tot biologische teelt

Type kenmerk	Specificatie
Korte omschrijving (vraag 9 enquête)	
Startjaar (vraag 10 enquête)	
Deel assortiment (vraag 11 enquête)	
Deel bedrijfsomzet (vraag 12 enquête)	
Externe benadrukking (vraag 13 enquête)	

- 2b. Kunt u in iets uitgebreidere bewoordingen toelichten wat het initiatief inhoudt?
- 2c. In de enquête heeft u de volgende reden(en) genoemd voor de ontwikkeling van het initiatief (vraag 14 enquête):
Kunt u dit toelichten?
- 2d. Kunt u schetsen hoe de ontwikkeling van het initiatief heeft plaatsgevonden vanaf het ontstaan van het eerste idee tot heden? (aandachtspunt: reden waarom bepaalde producten wel en andere niet onder het initiatief zijn inbegrepen)

Voor degenen die hun initiatief niet benadrukken in de externe communicatie en reclame (zie tabel 2):

- 2e. Waarom heeft u ervoor gekozen om het initiatief niet te benadrukken in de externe communicatie en reclame?
- 2f. Hoe ziet u de toekomst voor het eigen initiatief (zie ook vraag 17 enquête)?

Voor degenen met een initiatief tot geïntegreerde teelt:

- 3a. U heeft u het initiatief tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt beknopt toegelicht door een aantal van onze enquête-vragen te beantwoorden. Ter herinnering zal ik nu eerst de door u gegeven antwoorden samenvatten.

Tabel 3. Kenmerken initiatief tot geïntegreerde teelt

Type kenmerk	Specificatie
Korte omschrijving (vraag 18 enquête)	
Startjaar (vraag 19 enquête)	
Toegepaste richtlijnen (vraag 20 enquête)	
Deel assortiment (vraag 21 enquête)	
Deel bedrijfsomzet (vraag 22 enquête)	
Externe benadrukking (vraag 23 enquête)	

- 3b. Kunt u in iets uitgebreidere bewoordingen toelichten wat het initiatief inhoudt?
- 3c. Zoals zojuist al is genoemd, maakt u gebruik van de volgende richtlijnen voor geïntegreerde teelt (zie tabel 3).

Waarom heeft u voor het betreffende systeem (of: systemen) gekozen?

- 3d. Maakt u gebruik van een keurmerk of een vergelijkbare aanduiding op de verpakking van de producten? Graag toelichten waarom (niet).

Voor degenen die zelf richtlijnen voor geïntegreerde teelt hebben ontwikkeld:

- 3e. Hoe komt uw bedrijf aan de kennis om zelf invulling te geven aan de richtlijnen?

Voor degenen die zelf richtlijnen voor geïntegreerde teelt hebben ontwikkeld:

- 3f. Hoe beoordeelt uw bedrijf of bepaalde eisen al dan niet haalbaar zijn?
- 3g. In de enquête heeft u de volgende reden(en) genoemd voor de ontwikkeling van het initiatief (vraag 24 enquête):
Kunt u dit antwoord nader toelichten?
- 3h. Kunt u schetsen hoe de ontwikkeling van het initiatief heeft plaatsgevonden vanaf het ontstaan van het eerste idee tot heden? (aandachtspunt: reden waarom bepaalde producten wel en andere niet onder het initiatief zijn inbegrepen)

Voor degenen die hun initiatief niet benadrukken in de externe communicatie en reclame (zie tabel 3):

- 3i. Waarom heeft u ervoor gekozen om het initiatief niet te benadrukken in de externe communicatie en reclame?
- 3j. Hoe ziet u de toekomst voor het eigen initiatief (zie ook vraag 27 enquête)?

Aansturing van boeren

4. De bereidheid van boeren om te werken volgens richtlijnen voor biologische of geïntegreerde teelt is een belangrijke voorwaarde voor het welslagen van initiatieven vanuit de voedingsindustrie. Daarom zijn wij geïnteresseerd in de wijze waarop bedrijven en boeren met elkaar in contact treden.
In de enquête heeft u aangegeven dat uw bedrijf op de volgende manieren in relatie tot boeren staat (enquête vraag 5):
- direct contact met toeleverende boeren
 - toeleveranties via een coöperatie
 - toeleveranties via een handelaar
 - anders, namelijk ...

Voor degenen die direct contact met boeren hebben:

- 5a. Hoe is het contact met boeren in de praktijk geregeld?
- 5b. Worden afspraken met boeren vastgelegd in contracten?
- 5c. Waarover gaan deze afspraken?

5d. Zo ja, voor welke tijdsduur worden deze contracten meestal aangegaan?

Voor degenen die geleverd krijgen via een coöperatie, een handelaar of een verwerker:

6a. Hoe is het contact met deze toeleverancier(s) in de praktijk geregeld?

6b. Worden afspraken met de toeleverancier(s) vastgelegd in contracten?

6c. Waarover gaan deze afspraken?

6d. Zo ja, voor welke tijdsduur worden deze contracten meestal aangegaan?

Voor de bedrijven die ook producten van gangbare teelt verwerken:

7a. Stelt uw bedrijf voorwaarden aan de wijze van telen bij gangbare productie, met name het gebruik van bestrijdingsmiddelen?

7b. Zo ja, wat houden deze voorwaarden in?

7c. Stelt uw bedrijf een registratie van gebruikte gewasbeschermingsmiddelen verplicht?

7d. Stelt uw bedrijf het periodiek maken van een gewasbeschermingsplan verplicht?

7e. Laat uw bedrijf controles uitvoeren naar residuen van bestrijdingsmiddelen op landbouwproducten?

Voor bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt:

8a. Verschillen de afspraken die met boeren en andere toeleveranciers worden gemaakt in geval van producten afkomstig van geïntegreerde teelt?

8b. Zo ja, op welke manier?

Voor bedrijven met een initiatief tot geïntegreerde teelt:

9a. Spant uw bedrijf zich in om boeren te stimuleren tot omschakeling in de door u gewenste richting?

9b. Zo ja, welke middelen gebruikt u daartoe?

9c. Hoe wordt gecontroleerd of boeren aan de door u gestelde teeltrichtlijnen voldoen?

9d. Hoe wordt omgegaan met het niet voldoen door boeren aan de richtlijnen? Worden in dergelijke gevallen sancties opgelegd?

Voor bedrijven met een biologisch initiatief:

10a. Spant uw bedrijf zich in om boeren te stimuleren tot omschakeling naar biologische teelt?

10b. Zo ja, welke middelen gebruikt u daartoe?

Knelpunten bij de ontwikkeling van initiatieven tot biologische teelt

11a. Uit de enquête blijkt dat de meest bedrijven knelpunten ervaren bij de ontwikkeling van hun initiatief tot een productaanbod gebaseerd op biologische teelt. U heeft zelf in de enquête aangegeven dat er zich geen / in beperkte / in hoge mate (vraag 15 enquête) knelpunten voordoen bij de ontwikkeling van het initiatief van uw bedrijf. De door u genoemde knelpunten betreffen (vraag 16 enquête):

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Voor interviewer: indien geen knelpunten zijn genoemd verder gaan naar vraag 12.

11b. In hoeverre belemmeren zij de verdere ontwikkeling van uw initiatief?

11c. Welk van deze knelpunten is voor u het meest problematisch?

Voor interviewer: Nagaan in hoeverre de genoemde knelpunten overeenkomen met de top 3 uit de enquêtes:

1. aanbod van biologische grondstoffen / producten is te klein
2. prijzen van biologische grondstoffen / producten zijn te hoog
3. omschakeling van boeren kost tijd

Voor interviewer: Voor ieder niet genoemd knelpunt uit de top 3 het volgende vragen:

12a. Door veel bedrijven is in de enquête het volgende knelpunt genoemd ... (1, 2 of 3), echter niet door u. Kunnen wij daaruit concluderen dat dit knelpunt voor uw bedrijf nauwelijks een rol speelt?

12b. Idem voor ... (1, 2 of 3)

12c. Idem voor ... (1, 2 of 3)

Knelpunten bij de ontwikkeling van initiatieven tot geïntegreerde teelt

13a. Uit de enquête blijkt dat de meest bedrijven knelpunten ervaren bij de ontwikkeling van hun initiatief tot een productaanbod gebaseerd op geïntegreerde teelt. U heeft zelf in de enquête aangegeven dat er zich geen / in beperkte / in hoge mate (vraag 25 enquête) knelpunten voordoen bij de ontwikkeling van het initiatief van uw bedrijf. De door u genoemde knelpunten betreffen (vraag 26 enquête):

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Voor interviewer: indien geen knelpunten zijn genoemd verder gaan naar vraag 14.

13b. In hoeverre belemmeren zij de verdere ontwikkeling van uw initiatief?

13c. Welk van deze knelpunten is voor u het meest problematisch?

Voor interviewer: Nagaan in hoeverre de genoemde knelpunten overeenkomen met de top 3 uit de enquêtes:

1. aanbod van grondstoffen / producten uit geïntegreerde teelt is te klein
2. aanbod van grondstoffen / producten uit geïntegreerde teelt is te onregelmatig
3. ontwikkelen van richtlijnen voor de diverse teelten kost tijd

Voor interviewer: Voor ieder niet genoemd knelpunt uit de top 3 het volgende vragen:

14a. Door veel bedrijven is in de enquête het volgende knelpunt genoemd ... (1, 2 of 3), echter niet door u. Kunnen wij daaruit concluderen dat dit knelpunt voor uw bedrijf nauwelijks een rol speelt?

14b. Idem voor ... (1, 2 of 3)

14c. Idem voor ... (1, 2 of 3)

Ondersteuning vanuit de overheid voor initiatieven tot biologische teelt

15a. Uit de enquêtes blijkt dat de meningen nogal verdeeld liggen over de ondersteuning vanuit de overheid en de branche bij het ontwikkelen van het eigen initiatief. U heeft zelf aangegeven dat u zich wel / niet gesteund voelt door de Nederlandse overheid (vraag 32 enquête). Als toelichting daarop heeft u gezegd dat (vraag 32 enquête):

15b. Kunt u dit toelichten? (ook vragen als in de enquête geen toelichting is gegeven)

16. De meeste geënquêteerden vinden dat de overheid onvoldoende stimulansen geeft om biologische producten in de winkels te krijgen, terwijl zij dat wel haar taak achten. Voorlichting aan boeren en consumenten en verhoging van omschakelingspremies worden als de meest geëigende weg gezien. U heeft zelf de volgende suggesties voor overheidsondersteuning gedaan (vraag 38 enquête):

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Voor interviewer: indien nodig om toelichting vragen. Als geen suggesties zijn gedaan verder gaan met vraag 17.

17. Enkele geënquêteerden hebben specifieke suggesties gedaan. In hoeverre vindt u deze suggesties relevant?

- 1) Financiële prikkels, zoals een BTW-verlaging voor biologische producten

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

- 2) Bevorderen van afspraken tussen alle schakels in de keten, dus ook met verwerkers en tussenhandel

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

- 3) Afzetgarantie voor boeren en tuinders (bijv. garantiefonds)

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

Ondersteuning vanuit de overheid voor initiatieven tot geïntegreerde teelt

18a. Uit de enquêtes blijkt dat de meningen nogal verdeeld liggen over de ondersteuning vanuit de overheid en de branche bij het ontwikkelen van het eigen initiatief. U heeft zelf aangegeven dat u zich wel / niet gesteund voelt door de Nederlandse overheid (vraag 32 enquête). Als toelichting daarop heeft u gezegd dat (vraag 32 enquête):

18b. Kunt u dit toelichten? (ook vragen als in de enquête geen toelichting is gegeven)

19. De meeste geënquêteerden vinden dat de overheid onvoldoende stimulansen geeft om producten afkomstig van geïntegreerde teelt in de winkels te krijgen, terwijl zij dat wel haar taak achten. Voorlichting aan boeren en consumenten wordt als de meest geëigende weg gezien. U heeft zelf de volgende suggesties voor overheidsondersteuning gedaan (vraag 39 enquête):

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Voor interviewer: indien nodig om toelichting vragen. Als geen suggesties zijn gedaan verder gaan met vraag 20.

20. Enkele geënquêteerden hebben specifieke suggesties gedaan. In hoeverre vindt u deze suggesties relevant?

- 1) Verplichte omschakeling naar geïntegreerde teelt.

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

- 2) Financiële prikkels, zoals fiscale maatregelen

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

- 3) Extra investeren in kennis

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

- 4) Koppeling leggen met toelatingsbeleid

Relevant / Niet relevant

Toelichting:

Huidig en toekomstig bestrijdingsmiddelenbeleid

21a. In de afgelopen tien jaar was het Nederlandse bestrijdingsmiddelenbeleid grotendeels gebaseerd op het Meerjarenplan Gewasbescherming (MJPG 1991-2000). Momenteel wordt door de overheid een nieuw beleidsplan voorbereid met de werktitel 'Zicht op ge-

zonde teelt'. Dit plan zou een doorbraak moeten betekenen richting een meer duurzame landbouw. Bent u op de hoogte van de voorbereidingen voor het nieuwe beleidsplan?

21b. Zoals het er nu naar uit ziet, zal het plan de volgende hoofddoelstelling hebben: de realisering van geïntegreerde teelt op gecertificeerde bedrijven uiterlijk in 2005. Het gaat daarbij om een gematigde vorm van geïntegreerde teelt volgens het zogenaamde overgangspakket. (Daarnaast wordt een pluspakket voor voorlopers ontwikkeld). In hoeverre kunt u deze doelstelling onderschrijven (met name de nadruk op geïntegreerde teelt)?

21c. Denkt u dat deze doelstelling haalbaar is binnen vijf jaar?

21d. Het uitgangspunt bij het systeem van richtlijnen voor geïntegreerde landbouw is dat zij periodiek worden aangescherpt. Verwacht u dat de richtlijnen voor geïntegreerde teelt uiteindelijk die voor biologische landbouw (groten)deels zullen benaderen?

Toekomstverwachtingen

22a. Ten slotte zijn wij geïnteresseerd in uw visie ten aanzien van toekomstige ontwikkelingen in de landbouw in Nederland en de Europese Unie. Een groot aantal Europese overheden stelt zich momenteel ten doel om de komende jaren een omslag te realiseren naar vormen van meer duurzame landbouw, zoals geïntegreerde en biologische teelt. Het jaar 2010 wordt daarbij vaak als ijkpunt gezien.

In hoeverre denkt u dat er in 2010 biologische en geïntegreerde landbouw productie is gerealiseerd in Nederland en in de Europese Unie? Kunt u dit uitdrukken in procenten?

Tabel 5. Toekomstverwachting duurzame landbouw in 2010

Nederland in 2010		Europese Unie in 2010	
Type productie	%	Type productie	%
Biologisch		Biologisch	
Geïntegreerd		Geïntegreerd	

22b. Wat zijn volgens u de belangrijkste mechanismen in het veranderingsproces in **Nederland**?

22c. Welke rol ziet u voor de verschillende actoren weggelegd?

22d. Wat zijn volgens u de belangrijkste mechanismen in het veranderingsproces in de **Europese Unie**?

22e. Welke rol ziet u voor de verschillende actoren weggelegd?

23a. Afsluiting: Heeft u zelf nog vragen en opmerkingen naar aanleiding van dit gesprek?

23b. Het onderzoek zal worden afgesloten met een ronde tafelgesprek. Bent u bereid om deel te nemen aan dit gesprek waarvoor in ieder geval vertegenwoordigers van andere bedrijven en van de ministeries van LNV en VROM worden uitgenodigd? Het gesprek zal waarschijnlijk begin oktober plaatsvinden. Op de agenda staat een bespreking van de onderzoeksresultaten en de beleidsconsequenties daarvan. Er zal worden gestreefd naar het maken van concrete afspraken.

Appendix III. Deelnemerslijst slotbijeenkomst

Dhr. M. van Beers (Iglo Mora Groep)
Dhr. J. de Boer (IVM)
Mw. L. den Boer (CLM)
Dhr. M.M. Dorenbosch (Ministerie van VROM)
Dhr. E.C.M. Gies (Laurus)
Mw. N.M. van der Grijp (IVM)
Dhr. L.P.F. Heynen (Oerlemans Foods BV)
Dhr. F. den Hond (IVM)
Mw. R. van Hoof (The Greenery International)
Dhr. M. Keijbets (Aviko BV)
Dhr. J.M.J.M. Leeters (Coöperatie Nautilus)
Dhr. H. Muilerman (Stichting Natuur en Milieu)
Dhr. A.J. Nieuwenhuijse (Ministerie van LNV)
Mw. G.J.G.M. Nuytens (Ministerie van LNV)
Dhr. B. van Ruitenbeek (Platform Biologica)
Dhr. B. Schneiders (Tradin Organic Agriculture)
Dhr. G.W. Sikken (Suiker Unie Dinteloord)
Dhr. K. Streutker (Family Farm)
Dhr. G.M.J. Termeer (Tradin Organic Agriculture)
Dhr. B.A.J.M. Uitdewilligen (Bolletje BV)
Mw. M. Vos (Tweede Kamerfractie Groen Links)